

المنهل

AL MANHAL

مجلة المصرب الأدبية

العدد (٥٧٧) المجلد (٣٢) العام [٦٧] شوال / ذو القعدة ١٤٢٢ هـ - ديسمبر ٢٠٠١ م / يناير ٢٠٠٢ م

الإصدار
السنوي الخاص



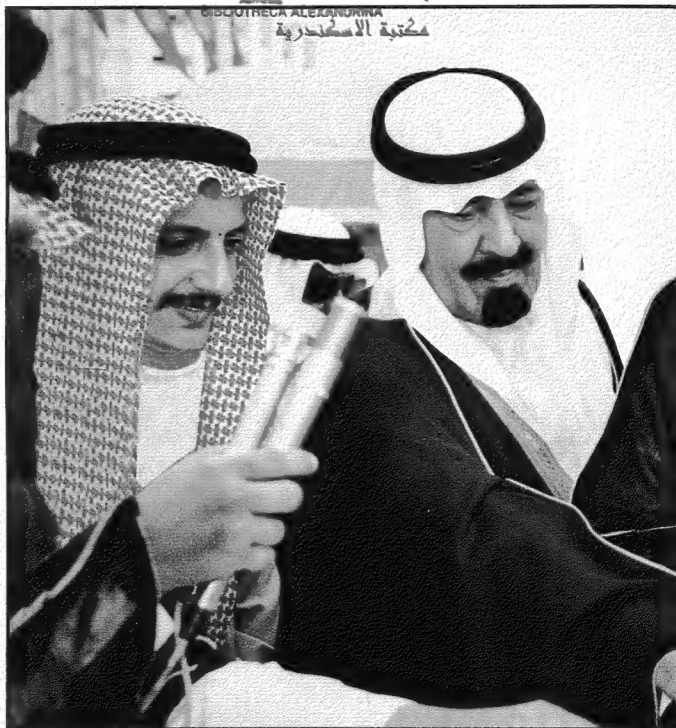
الإعلام...

الواقع والمستقبل

نعاهدكم



على الولاء



مجموعة بن لادن السعودية
SAUDI BINLADIN GROUP



الى مقام خادم الحرمين الشريفين
الملك فهد بن عبدالعزيز آل سعود

وفى هذه المناسبة الغالية العطرة
نرفع اسمى آيات التقدير
والوفاء والولاء

البسكم الله سبحانه وتعالى
ثوب الحافية
وأدام عليكم فضله .. وتوفيقه

**ودمتم لهذه
المملكة الغالية**

عزاً .. ومجداً .. وفخراً

د. المنفلوطي

مجلة المشرق الأدبية



- ٦ - هذا الاصدار
٧٠ - الاعلام الديني والامل المرتقب
٨ - الاعلام الواقع والمستقبل
٩ - غانزي زين عوض الله
١٤ - الثقافة وحمية الاتصال
٣٤ - عبد الرحمن عزي
٤٦ - الاعلام الاسلامي في مواجهة التشويه
١ - سهيلة زين العابدين حماد
٧٨ - أزمة الوعي الاسلامي في الإعلام الغربي
٨٦ - صورة العالم الاسلامي في الاعلام المعاصر
٩٠ - البيان الختامي لندوة صورة الاسلام في الاعلام المعاصر
١٠٠ - عبدالله بن عبدالمحسن التركي

بسم الله الرحمن الرحيم

المجلة

مجلة شهرية للأدب والعلوم والثقافة

تصدر في المملكة العربية السعودية - جدة عن دار المنهل للصحافة والنشر المحدودة

أولى أمهات الصحافة السعودية

أسسها المغفور له

عبدالقنوس القاسم الأنصاري

عام ١٩٣٥هـ / ١٩٣٧م

المركز الرئيسي

جدة الشرفية صرب ٢٩٢٥

رمز بريدي ٢١٤٦١ برقيا: المنهل

فاكس: ٦٤٢٨٨٥٣ تليفون: ٦٤٢٧٨٣١

٦٤٣٩٧٦٥ - ٦٤٣٢١٢٤ - ٦٤٢٥٦٨٧

الرياض: صرب ٢٩٠ تليفون: ٤٥٤٢٤٢٢

سعر النسخة:

السعودية ١٠ ريال - قطر ٨ ريال - المغرب ٩ دراهم مصر ١٥٠ قرش - تونس ٨٠٠ مليم - الكويت ٦٠٠ فلس عمان ٦٠٠ بيعة - الامارات ٨ دراهم - البحرين ٧٠٠ فلس سوريا ١٠٠ ليرة - الأردن ٥٠٠ فلس

الاشتراكات

جسدة ت: ٦٤٣٢١٢٤

قيمة الاشتراك السنوي

للمؤسسات الحكومية ٢٥٠ ريال

قيمة الاشتراك للأفراد ١٥٠ ريال

فقرات في الاعلام .. فقرات في الاعلام .. فقرات

□ الاعلام الوافد اضر كثيرا بالتوازن الاجتماعي والثقافي الداخلي للدول.

□ العلاقة بين الفرد والوسيلة الاعلامية ، الزامية في مجتمعنا المعاصر .

□ من يملك مفاتيح الاعلام .. يملك العالم كله.

□ الاعلام الاسلامي .. اعلام القيمة السلوكية والموضوعية.

□ على المسلمين الافادة الكاملة من معطيات الاعلام الحديث.

وكلاء التوزيع

الشركة السعودية للتوزيع/ جدة ٨٠٠٢٤٤٠٠٧٦ - وكالة الاهرام للتوزيع/ القاهرة ٥٧٤٧٠٤٤ - الشركة التونسية للصحافة/ تونس ٣٣٢٤٩٩ - الشريفة للتوزيع/ الدار البيضاء ٤٠٠٢٣٣ - شركة الامارات للطباعة والنشر والتوزيع/ ابوظبي ٤٥٦٥٠٠ - دار الثقافة للطباعة/ الدوحة

صاحب المجلة

رئيس التحرير

نبيه بن عبدالقدوس
الأنصاري

مستشار التحرير

أ.د / عبدالرحمن الأنصاري

نائب رئيس التحرير

المدير العام

زهير بن نبيه الأنصاري

عزيزي القارئ

عزيزتي القارئة

هذه المجلة تحمل في العديد من صفحاتها آيات قرآنية كريمة وأسماء الله الحسنى فضلاً عن أحاديث نبوية شريفة الرجاء المحافظة عليها.



طبع بطباعة شركة البنية للنشر والطباعة والنشر - جدة
تلفون : ٣٦١١٠١٠ - فاكس : ٣٦١١٠١٠



٩٦ - الاعلام العربي المشترك ١٢٨ - الاعلام والمجتمع

د. خالد الحلوة

١١٤ - الواقع .. المستقبل ..

١٤٦ - دور وسائل الاعلام في

الاستراتيجية

تفتح الابناء

عبد الرزاق عسال

د. ياسين لاشين

١٥٠ - الغزو الاعلامي والتشويه

١٠٨ - بحوث الاعلام في الوطن

الحضاري

العربي

د. خلاف الشاذلي

د. محمد محمود المرسي

١٥٢ - الآثار السلبية والايجابية

١١٤ - الاعلام المحلي في عصر

للتلفزيون على الاطفال

العولمة

د. محمد محمود المرسي

١٧٦ - الإعلام الثقافي ..

د. علي القرني

والبرامج التلفزيونية

١١٨ - تركيب الرسالة الاعلامية

د. سهير جاد

د. عبد العزيز شرف

الاعلام .. فقرات في الاعلام .. فقرات في الاعلام ..

- لكي يكون الاعلام ناجحاً يلزمه ملاحظة الاثر الناتج عن المحتوى.
- العلاقة بين الانسان العربي والتلفزيون اصبحت تأخذ شكل الادمان.
- اختلاف القيم والتقاليد المتداخلة في نسيج برامج الاطفال ، جعلت من الطفل مسخاً لا هوية له.
- التكتلات الاعلامية .. شكلت هاجساً للتوازن الاعلامي.
- الدراسات الجادة لتخطيط المسار الاعلامي .. ضرورة .
- الانبهار بالاعلام الوافد... مرده ضعف الاعلام المحلي.

الاعلانات:

يراجع بانها

الادارة ت: ٤٤٣١٢٤

٤١٤١٨٢ - وكالة التوزيع الأردنية/ عمان ٦٣.١٩١ - دار افرا للنشر/ الخرطوم ٤١٨٠٩ -
الشركة المتحدة لتوزيع الصحف والطبوعات د.م/ الكويت/ ٢٤٢١٤٦٨ - مؤسسة الهلال
لتوزيع الصحف/ البحرين/ النامة ٣٤٥٥٩.



هنا

الأعلام يمثل صيغة كبرى من صيغ تدفق

المعلومة كالسيل الجارف ..

والمعلومة المنهمرة بهذه الشاكلة وهذه القوة، بقدر مالها من فوائد، لها من مضار ومساوىء .. وليس هذا مكان تفصيلها في هذه الكلمة العابرة ..

ولهذا فإن ترشيد التعامل مع هذا الدفق من المعلومات يصبح ضرورة لازمة ..

وبما أن الفضاء أصبح مفتوحاً، لا يعرف الحدود ولا السدود، ولا يقف دون بشه الكواكب ولا الموانع، فلا سبيل للتوقي سوى الحصانة الذاتية النابعة من ثوابتنا.

وهذه الأخيرة هي مسئولية اعلامنا الاسلامي والعربي ..

إما ان يدرك حجم وضخامة مسئوليته هذه، ويحسن التعامل، ليقيم أمة معافاة ..

واما أن يغدو تابعاً لكل ناعق .. وهذه الطامة الكبرى ..

الأعلام اليوم، هو كل شيء في حياتنا المعاصرة .. لا أحد يستغنى عنه بغيره ..

اعلام اليوم - كما يقولون - حول العالم

الى قرية كونية صغيرة ..

بل الى (بيت كوني) زجاجي تنصافح أعين ساكنيه، صباح مساء ..
يرون دقائق بعضهم، ويسمعون همسهم ..

الحادثة تقع في أقصى الأرض، فيراها ويسمعها من في أدنى الأرض، في نفس اللحظة، وفي كل تفاصيلها ..

كل ما يقع تحت دائرة الضوء، يراه الجميع ويسمعه الجميع.

صحيح ان الأعلام اليوم وضع الناس جميعاً تحت دائرة الضوء، بكل مستوياتهم الثقافية، وفي كل توجهاتهم ..

وصحيح ان الأعلام قد فتح أعين الناس على ما لم يكن لهم اليه سبيلاً ..

وصحيح ان الأعلام قد وسع من مدارك الناس، ووعىهم بمن حولهم وما حولهم ..

إلا أنه، قد جرأهم على ما لم يستطع أحدهم التجرؤ عليه من قبل .. من فعل أو قول أو عمل ..

الإصدار

الواقع والمستقبل إصدار تقييمي
وتقويمي لاعلامنا .. ما له وما عليه .. أملاً في
التجويد ..

والنهل كعادتها في كل إصدار سنوي
تستكتب أصحاب التخصص في المجال
المطروح ..

وما هم الاساتذة الافاضل - كعادتهم
أيضاً - يستجيبون لنهلهم .. وما هي
دراساتهم وبحوثهم ومقالاتهم بين أيدي
قرائهم في هذا الإصدار السنوي الخاص ..

واليهم جميعاً - من أرسل بمشاركته
العلمية ، ومن لم يستطع لعذر نحن نقدره -
لهم جميعاً نسوق الشكر موصولاً ..

ونتمنى ان يديم الله سبحانه هذا التواصل
العلمي بينهم وبين مجلتهم النهل .

والاعلام له من قوة التأثير ما يجعل
المشاهد اسيراً عنده ، لا يغادره الى غيره ..
لكل هذا جاءت فكرة هذا الإصدار
السنوي الخاص : (الاعلام الواقع والمستقبل) .
نحن في حاجة ماسة وملحة اليوم قبل
الغد ، لندرس ونبحث ونقيم واقع اعلامنا
الاسلامي والعربي .

**- ما موقعه وسط هذا الزخم الاعلامي
الطامي ؟**

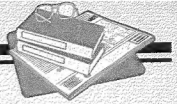
- ما موقفه وأدائه ؟

ما فلسفته ومنهجيته التي يقوم عليها ؟
- ما الدور الذي أدّاه في دفع المشروع
الحضاري لهذه الامة .. في كل مجالاتها :
الروحية والقيمية والسلوكية - المعرفية
والعلمية .

حقيقة .. لا بد من وقفة متأنية فاحصة
لنستبين دور اعلامنا في دفع وتنمية هذه
المقومات الاساسية لهذه الامة .. لنرى الموجب
فنشيد به ، ونقف عند السالب ونحذره ..

هذا الإصدار السنوي (الاعلام ..

نبيه الانصاري



الإعلام .. الواقع والمس

تشكو من تحريف وتشويه ثقافاتنا عن طريق وسائل الاعلام في الدول المتقدمة .. وهذا ما دفع (ماكبايد) الى القول بان الدول النامية تقدم في صورة ليست مزيفة فقط، بل ومشوهة ايضا وان تأثير ذلك لا يقتصر على العلاقات الدولية بل يمتد ليلضر بالتوازن الداخلي لهذه البلاد.

وفي الحقيقة أن (ماكبايد) عندما اشار الى نقطة اختلال التوازن الداخلي لتلك البلاد كان يقصد من وراء ذلك طمس هويتها القومية والثقافية، فعن طريق السيطرة الاتصالية التي تتعرض لها الدول النامية من الدول الاكثر تقدما والتي تصنع التكنولوجيا وتحكمها استطاعت ان تجتاح بثقافاتنا وايدلوجياتنا وبرامجها التعليمية والمسلسلات والبرامج التاريخية والترفيهية والافلام والرسوم المتحركة وغيرها شعوبنا فكريا وثقافياً واجتماعياً الى حد كبير عن طريق استلاب وسائلنا الاعلامية التي وظفتها وسخرتها وطوعتها لخدمة ايدلوجيتها وفلسفاتها وثقافاتنا، وهذا ما ادى بالتالي الى ما يسمى بالاستلاب الطوعي، والتحييد الارادي الذي أخذت تسلم به وسائلنا الاعلامية العامة والخاصة .. فان اكثر البرامج التي تعرضها تلك القطاعات الاعلامية في الوقت الحاضر تشكل نسبة كبيرة من انتاج برامجها بالاضافة الى الاعلانات التجارية الدولية التي لعبت دوراً كبيراً في تحطيم انتاجنا المحلي الصناعي الذي أخذ يتراجع الى حد كبير تحت طغيان الإعلان التجاري الدولي الذي يروج لصناعاته ولسلعه التجارية التي استفاد منها بحكم

نحن نعيش في عصر الاعلام اذ ي أصبح يشكل بقواسمه المشتركة معلماً من معالم الحضارة والثقافة ذات الاتجاه الأحادي الذي أخذ يتحكم في مصير الشعوب الأقل تقدماً، وكما يشير (شون ماكبايد) رئيس اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال في تقرير اللجنة النهائي بعنوان: «اصوات متعددة وعالم واحد» فإن وسائل الاعلام تلعب دوراً حيوياً في التأثير على الرأي العام الدولي، ومن هنا فقد اثير منذ سنة ١٩٧٠م جدل دولي حول الكثير من المفاهيم المتصلة بذلك الدور وبدأت عملية إعادة صياغة لهذه المفاهيم بشكل اكثر تحدياً ووضوحاً.

وتركز هذا الجدل اساساً حول الشكوى من السيطرة الاتصالية للدول المتقدمة تكنولوجيا والتي تحاول استغلال نفوذها لتحقيق مصالحها الخاصة وفرض ايدلوجياتها وثقافتها مما يعرض الدول الأخرى الأقل تقدماً - كما اشرنا آنفاً - لخطر جسيم يتمثل في فقدانها لهويتها القومية وبشكل نوعاً من التبعية الثقافية الى جانب ذلك فان الدول النامية

بقلم: د. غازي زين عوض الله

جامعة الملك عبدالعزيز - كلية الآداب - قسم الاعلام - جدة

المنهل (الإصدار السنوي)



تقبل

الكاتب في سطور

- د. غازي زين عوض الله :
- رئيس قسم الاعلام - جامعة الملك عبد العزيز - جدة .
- عضو عامل واستشاري في عدد من اللجان المتخصصة .
- له جمهرة من المؤلفات منها :
- (العرب في الصحافة الامريكية - الصحافة الادبية في المملكة العربية السعودية - الاعلام والمجتمع - الأسس الفنية للتحقيق الصحفي) .
- له مجموعة من الابحاث الاكاديمية .
- له مجموعة من الاعمال الصحفية والاذاعية .
- أعد مجموعة من السباعيات الدرامية للاذاعة السعودية .
- أعد وقدم برنامج (رجال في الذاكرة) .

التجارة الدولية وانفتاحها على دول العالم . رغم انها لا تعود علينا بالنفع ولا بالجدوى الاقتصادية .

التطلعات الجديدة للاعلام الدولي :

ان انفجار المعلومات وثورة الاتصال زادت الامور تعقيداً على مستقبلنا الاعلامي ، فقد اضفنا بشكل عام طابعا دوليا على كافة وسائل الاعلام الجماهيرية ، وقد اصبح من الصعوبة ان نفرق بين ما هو اعلام وطني وما هو إعلام دولي فقد تداخلت الاساليب والوسائل واختلط الحابل بالنابل ، فالإعلام الوطني المنتج محلياً قد أصبح له - بشكل من الاشكال مقصود أو غير مقصود بعد دولي .

فالبرامج التي تبثها محطات التلفزيون في الولايات المتحدة الامريكية والاتحاد السوفيتي - وكندا واليابان ودول غرب أوروبا ، والتي اعدت من الأساس لجمهورها المحلي ، أصبحت تشاهد عبر الاقمار الصناعية في أنحاء متفرقة من العالم ، وقد اكتسبت بذلك بعداً دولياً لم نسج اليه أصلاً ، ولكن تطور التكنولوجيا وتقدمها هو الباعث لذلك وجعله ممكناً وبفضل التقدم الهائل في التكنولوجيا ، واتساع رقعتها الجغرافية في المد الإسلامي فإن برامج محطات الراديو الوطنية في معظم دول العالم أصبحت تسمع في أماكن أبعد من حدودها الوطنية وذلك بفضل تطوير امكانات الموجات المتوسطة والقصيرة ، وبرامج هذه المحطات بخلاف الاذاعات الموجهة التي تستهدف في الاصل المستمع المحلي .

المسار الثاني:

فهو يقود الى مزيد من التبعية الإعلامية واتساع نطاق هيمنة القطب الواحد لتشمل كافة دول العالم الثالث بعد ان كانت مقصورة على الدول التي تخضع للنفوذ الغربي فقط، ذلك ان سقوط النظام الاعلامي الشرقي سوف يمنح الإعلام الغربي وبالتالي القطب المهيمن على هذا الاعلام قوة مضاعفة في السيطرة والتأثير على العالم الثالث بأكمله.

ويتفق معظم المهتمين بدراسة الاعلام الدولي على ان النظام الإعلامي الجديد لن يسمح إلا بقدر محدود من الحرية لوسائل الاعلام في العالم الثالث وهو بالقدر الكافي الذي يتيح الفرصة لوسائل الاعلام الغربي ان تتسلل وتسيطر على وسائل الإعلام في الدول النامية، وكذلك اعطاء فرصة الغاء القيود التي تعوق حريتها في الحصول على المزيد من المعلومات التي لم تكن متاحة من قبل عن العالم الثالث. وكذلك تحطيم العقبات القانونية والادارية مثل الرقابة على المعلومات والدوريات والبرامج التلفزيونية والافلام السينمائية الاجنبية بما يتبع مزيداً من التدقيق للانباء والمعلومات والافكار الغربية الى مجتمعات العالم الثالث.

ويطرح الدكتور فاروق ابو زياد في كتابه «انهيار النظام الإعلامي الدولي» سؤالاً: كما يترك للبعض ان يتساءل: هل تستسلم دول العالم الثالث لسيطرة النظام الإعلامي الدولي الواحد والقطب الواحد المهيمن على هذا النظام؟ ام أن هناك سبيلاً يمكن ان تلجأ اليه هذه الدول ان لم يكن للخلاص من تلك الهيمنة على الاقل للتخفيف من حدتها؟

ويرى في اجابته عن هذا التساؤل الذي طرحه: أنه ما من سبيل امام دول العالم الثالث سوى العمل على التعاون المشترك فيما بينها، سواء في شكل جماعي أو ثنائي بهدف إقامة تكتل اعلامي

ولكن التطور التكنولوجي - كما ذكرنا سلفاً - اضاف اليها بدرجة ما بعداً دولياً.

وتتسحب هذه الظاهرة ايضاً على الصحف سواء منها الجرائد اليومية أو المجلات الاسبوعية أو الشهرية أو الفصلية فان التقدم الكبير في وسائل الاتصال أو المواصلات اختصر كثيراً من الوقت والجهد والمال اللازم لتوزيعها خارج الحدود كما اصبحت هذه الصحف تصدر في بلدان العالم عن طريق الاقمار الصناعية هذا بالإضافة الى الصحافة الالكترونية التي وجدت فيها الصحف نفسها عبر قناة الانترنت الشبكة الدولية.

نحن والقطب الواحد :

لقد أسفر سقوط الامبراطورية السوفيتية وتفككها في نهاية القرن الفائت عن ظهور ما يسمى بالنظام الاعلامي الدولي الواحد. وسيطرت الولايات المتحدة الامريكية على هذا النظام بحكم انها القطب الواحد الذي يشكل اهم عناصره الاساسية، التي تتحكم فيه والذي تحكم العالم من خلاله، وانطلاقاً من هذه الهيمنة فلا شك ان التغيير الحاصل اليوم في النظام الاعلامي الدولي لابد ان يؤثر بعمق على الدول النامية، ولكن هذا التأثير في رأي الدكتور فاروق ابو زيد سيتخذ مسارين متناقضين:

المسار الأول:

اعطاء قدر متزايد من الحريات لوسائل الإعلام في الدول النامية حتى تستطيع ان توائم اوضاعها الإعلامية مع طبيعة النظام الإعلامي الدولي السائد وهو النظام الغربي الذي يقوم على الليبرالية بما يمثله من حرية وتعدد لوسائل الإعلام.



لحاجات مجتمعها النامي وظروفه الخاصة.
وهذا الالتزام لا يقدم على «المنع» أي الحيلولة
دون نشر أخبار معينه، وإنما يقوم على اساس
«الاختيار» بين الاحداث لتفضيل ما يرتبط منها
بتنمية المجتمع وترقيته فإذا كانت ملاحة الخبر
لسياسة الوسيلة الاعلامية من بين اسس تقييم الخبر
«أي المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر في المفهوم
الغربي والشرقي معاً، فإن وسائل
الإعلام في الدول النامية لابد
ان تضع من بين تلك
الاسس، مدى
مساهمة الخبر في
تنمية المجتمع
وترقيته».

يعبر عن مصالحها ويلبي احتياجاتها الإعلامية في
مواجهة هيمنة القطب الواحد.
ويؤكد الدكتور فاروق ابو زيد على ضرورة ان
يتوافر لدول العالم الثالث عدة شروط موضوعية
لاقامة التكتل الإعلامي المقترح ومن اهمها وجود
المصلحة المشتركة النابعة من تقارب الاوضاع
السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية
والتشابه في درجة التطور الحضاري.

وينصح خبراء الإعلام
العربي بان لا يقف
الإعلام في الدول
النامية عند الحد
السلبى اى
الاكتفاء بوضع
مجموعة من
المواثيق
الاخلاقية
التي تحد من
انحراف
وسائل الإعلام
وأنما يجب ان
يتخطاها الى
موقف ايجابي
يستهدف تركيز الاهتمام
على القضايا والمشكلات
المرتبطة بترقية المجتمع وتنميته وفق
اعتبارين اساسيين:

**** الاعلام الوافد**
أضر كثيراً بالتوازن الاجتماعي
والثقافي الداخلى للدول.
**** الاستلاب الطوعي والتحييد**
الارادى واحد من سمات الضخ
الاعلامى الاوروبى.
**** محليات الدول اكتسبت بعداً**
دولياً بفضل البث المباشر.

ثانياً: ان
مضمون
الوسائل
الإعلامية في
المجتمعات
النامية لابد ان
يتصف بالصدق
والدقة والموضوعية
لتكوين رأى عام
موضوعي يمكن شعوب هذه
المجتمعات من اتخاذ المواقف السليمة
المبنية على المعلومات الصحيحة. ذلك أن افتقار
الرسائل الإعلامية لمثل هذه الصفات سواء أكان ذلك
راجعاً للتطرف في تغليب عنصر الاثارة كما هو
الشأن في النظام الغربي أم راجعاً للتطرف في
تغليب الدعاية الايدلوجية كما هو الشأن في النظام
الشرقى فإنه يحول دون تكوين الرأى العام
الموضوعي، وقد يكون ذلك أمراً محتملاً في دول

أولاً: ان التزام الإعلام في المجتمعات النامية
بالمساهمة في تنمية المجتمع وترقيته يجب الا يحكم
بأي نوع من انواع «الالتزام» السلطوى أو
الايدلوجي وإنما هو التزام مهنى يقوم على الارادة
الوطنية الجرة لوسائل الإعلام النابعة من ادراكها

العالم المتقدم حيث يقلل من خطورة التأثير في الرأي العام ارتفاع المستوى الثقافي والحضاري لمواطن العالم المتقدم، ولكن التكوين الخاطيء للرأي العام في المجتمعات النامية يشكل جريمة في حق شعوب هذه المجتمعات التي ما تزال تعاني من التخلف في مستوى التعليم والثقافة فإن اتخاذ شعوب هذه المجتمعات لمواقف خاطئة نتيجة لرأي عام بنى على معلومات خاطئة أو محرمة، من شأنه ان يعوق هذه المجتمعات عن التنمية في عصر تتسع فيه الفجوة يوماً بعد يوم بين الدول النامية والدول المتقدمة.

الاعلام العربي والمواجهة لتحدياته :

نخلصه ونحرره من التبعية الاعلامية الغربية التي لا تتفق مع ايدولوجياته ومصالحه الوطنية حتى لا يصبح أسيراً لها... وتبدو المهام الأكثر إلحاحاً امام الاعلام العربي كما يلي:

١ - اعطاء الاولوية القصوى لقضية الصراع العربي الاسرائيلي، وكشف جوانب وحشيات هذا الصراع بصورة دائمة، وتنفيذ الاباطيل والاضاليل التي تكتنف مسيرة هذا الصراع وما يلحق بها يوميا حتى يعيش المواطن العربي في لجة التفكير لانجاز مشروعه المناهض للمشروع الصهيوني - الاسرائيلي الذي يقوم على التوسع وبناء الامبراطورية الاسرائيلية من الفرات الى النيل.

٢ - الاستفادة من معطيات الثورة المعلوماتية ومن الشبكة العالمية (الانترنت) لتوضيح ابعاد قضية الصراع في المنطقة وتكوين الرأي العام العالمي المؤيد للحق العربي، والدخول في هذا المجال اصبح متاحاً لان ثورة المعلومات تعطي القدرة لوسائل الإعلام العربية على الانتشار عالمياً وبمقدار ما يمتلك الإعلاميون العرب من معارف بأساليب العمل الاعلامي يستطيعون اقتناع الرأي العام العالمي

**** الهيمنة الاعلامية ذات**

القطب الواحد جعلت من

الاعلام سلطة لا تقاوم.

**** الحرية الاعلامية في**

الدول النامية صاحبها

تبعية مقصودة او غير

مقصودة.

**** الارادة الوطنية**

الحررة لوسائل الاعلام في

الدول النامية هي سبيل

التنمية والتطور.

**** الصدق، والدقة،**

والموضوعية، مرتكزات

الاعلام الناجح.

**** الاعلام العربي في**

حاجة ماسة لاكتشاف

طاقات أهله، وتنميتها

واستنماضها.



مشاركة لاقامة وحدة شبه اندماجية، بينما العرب يزدانون فرقة وتمزقا مع ما يملكون من اسباب الوحدة في اللغة، والدين والتاريخ والثقافة والمصير.

٦ - الوقوف في وجه حملات التضليل الجارية لتخدير المواطن العربي بأن السلام قد حل وأن التسوية في طريقها الى انتهاء الصراع العربي - الاسرائيلي وأن عهدا من الرفاه والازدهار قد بدأ ، مع ان هذا يبدو بعيد المنال حتى الآن ونتائجه خطيرة في وعي المواطن العربي لأنه يصل الى حالة من التسليم والاستسلام دون ان يحصل لا على الارض والحقوق ولا على السلام مما يستدعي الكشف عن زيف الادعاءات الاسرائيلية والعربية حول موضوعات السلام التي اصبحت مهمة اساسية للإعلام العربي حتى لا تطلق الخديعة عقول العرب، وتصبح قضيتهم في مهب الريح، ويفرض عليهم السلام الاسرائيلي بكل ما تحمله من ذل وإذلال.

٧ - إحداث مؤسسة إعلامية عربية تشترك بها كل الدول العربية ولتكن لها قناة فضائية تمثل القاسم المشترك للعرب من اقصى الوطن العربي الى اقاصه، وأن تدعم وتمول كمؤسسة مستقلة، كأن تصدر عن الجامعة العربية.

الهوامش :

- (١) تركي صقر، الإعلام العربي وتحديات العولمة ، دمشق وزارة الثقافة ١٩٩٨م.
- (٢) غازي عوض الله، العربي في الصحافة الامريكية ، تهامة ، جدة ١٤٠٦هـ - ١٩٨٥م.
- (٣) فاروق ابو زيد، انهيار النظام الاعلامي الدولي من السيطرة الثنائية الى هيمنة القطب الواحد ، مطبعة الاخبار، القاهرة ١٩٩١م.

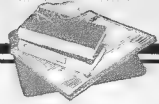
بالقضية العربية بكل اشكالها وفي شتى اصقاع العالم.

٣ - ممارسة الإعلام العربي لدور تحريري وتربوي في أن واحد لاستنهاض القدرات الكامنة لدى المواطن العربي باتجاه قضاياها الاساسية وبالاخص قضية المصير والوجود التي يجب الا يعطو عليها اي قضية أخرى، ومن الواجب هنا ان يمارس الإعلامي العربي حرية التعبير بمنتهى الموضوعية حتى يكون مقنعاً في طروحاته، فالحرية والمسئولية هما الجانبان الاكثر ملاسة اعلامياً لخدمة مشروع العرب المستقبلي.

٤ - الانطلاق في الخطاب الإعلامي العربي من النظرة الموضوعية للوطن العربي ومن احترام العمق الروحي والتراثي للمواطن العربي وتحضير كوامن التضال والكفاح من اجل رفعة العرب كأمة واحدة، والبحث دوماً عما يجمع ويوحد كلمتهم وصفوقهم، ونبذ كل ما من شأنه ان يفرق ويخرق وحدتهم مع الأخذ في الاعتبار تجاوز الخلافات الهامشية في سبيل الهدف الاكبر ، وصب الاهتمام نحو جبهة واحدة وخطر واحد يتمثل بالخطر الاسرائيلي الذي تتولد منه الاخطار كلها.

٥ - اعتبار المشروع العربي هو الحل لمشكلات العرب وأزماتهم الراهنة والمستقبلية والتأكيد في الخطاب الإعلامي العربي على هذه الحقيقة انطلاقاً من أن عالم اليوم يتجه نحو تشكيل الوحدات الإقليمية الكبيرة القادرة على الاستفادة من الامكانات المتنوعة مما يفقد الوحدات الصغيرة قدرتها على الصمود في وجه التنافس.

ونأخذ مثلاً لهذه الوحدة، أوروبا التي تقالبت أكثر من أية قارة فيما بينها، وتتعدد فيها الأعراق والمذاهب واللغات، ومع ذلك تتوحد الآن وتجد قواسم



الثقافة وحتمية الاتصال

تستوعب وسائل الاتصال بينما تشمل وسائل الاتصال جزءاً محدداً ومحدوداً من الثقافة فقط أي ذلك الجزء الذي ينتقل إلى وسائل الاتصال. وفي منظورنا، فإن الأولى تساؤل ماذا تفعل الثقافة بوسائل الاتصال وليس ماذا تفعل وسائل الاتصال بالثقافة؟

ويمكن معالجة ثنائية الثقافة ووسائل الاتصال في هذا الموضوع على النحو التالي:
(أ) تحديد مفهومي الثقافة وحتمية الاتصال.

(ب) إبراز التجاذب بين الثقافة كعالم معنوي - مادي معاش وبين وسائل الاتصال كعالم رمزي.

(ج) تبيان تأثير وسائل الاتصال على الثقافة بالإيجاب أو السلب والآليات والأوضاع التي يتجسد فيها هذا التأثير وفق هذا المنظور المعاري.

مفاهيم الثقافة والحتمية والقيمة:

تزخر المراجع الأنثروبولوجية والاجتماعية بتعاريف عن الثقافة. وتركز هذه التعاريف على الجزء المعاش في الثقافة حتى وإن كان يتضمن

تخص هذه الدراسة الارتباط البنيوي بين الثقافة ووسائل الاتصال [١] والذي ما فتى يعود إلى الواجهة كلما حدث تطور «مثير تقنيا» في تكنولوجيا الاتصال. وتاريخياً، فإن كل اكتشاف في الاتصالات يحدث هزة ثقافية خاصة، فالكشف الكتابة أوجد لغة الرموز؛ واكتشاف الطباعة نقل الثقافة من الحالة الشفوية إلى المكتوب، واكتشاف الإذاعة والتلفزيون أدخل ثقافة سمعية بصرية، وأخيراً أدى اكتشاف الحاسب والشبكات المعلوماتية كالإنترنت إلى بروز الثقافة التفاعلية. هذا التجاذب، وإن كان يمس شكل الثقافة وليس محتواها بالضرورة، فإنه يبرز مدى التفاعل الجدلي بين الثقافة ووسائل الاتصال.

ويتضح أن أدبيات الاتصال الحديثة تركز على الوسيلة، وأن وسائل الاتصال أساس الثقافة «المعاصرة» ويتردد القول أننا في «عصر الوسيلة» إلا أن مقارنتنا هذه تقوم على أولوية الثقافة على وسائل الاتصال، فالثقافة

بقلم: د. عبد الرحمن عزي

جامعة الملك سعود - الرياض

(المجلد ١ - العدد ١٢٣)



الكاتب في سطور

- أ. د. عبد الرحمن عزي..
- استاذ بقسم الاعلام جامعة الملك سعود بالرياض.
- رئيس المجلس العلمي لمعهد علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر.
- نائب رئيس جامعة الجزائر.
- رئيس اللجنة الوظيفية لعلوم الاعلام والاتصال.
- رئيس قسم الاعلام بالجامعة العالمية بماليزيا.
- له مجموعة من الدراسات والبحوث في المجالات ووسائل الاعلام الأخرى.
- له مجموعة من المؤلفات منها:
- (الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الاعلامية الاتصالية - دراسات اعلامية - الثقافة والمثقف في الوطن العربي - التدفق الاعلامي في العالم العربي.

نظرة قيمية

أبعادا معنوية، أي أن الثقافة تمثل نمطاً من المعيشة أو الحياة. ويشمل ذلك كل ما ينتجه أو يمارسه المجتمع من عادات وتقاليده وطقوس وحرف وعمران وبنيات ذهنية، الخ.

ويمكن سرد بعض هذه التعريفات في ما يأتي:

«مجموعة الإبداعات الإنسانية، أو النتيجة المنظمة لتجربة الجماعة حتى الوقت الحاضر وتتضمن كل ما أنتجه الإنسان في شكل أدوات (مادية) أو أخرى، كالمواقف والأفكار والأحكام والمواثيق والمؤسسات والفنون والعلوم والفلسفة والتنظيم الاجتماعي» [١].

«مجموعة من التقاليد والعادات التي تصقل أحاسيس الجماعة وأفكارها وسلوكها» [٢].

«أنماط مستترة أو ظاهرة من السلوك المكتسب والمنقول عن طريق الرموز، فضلاً عن الإنجازات المتميزة للجماعات الإنسانية» [٣].

«ذلك الكل المعقد الذي يتضمن المعرفة، والعقيدة، والفن، والأخلاق، والقانون، والعادة وكل المقومات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع» [٤].

«سلوك مكتسب ويشمل مجموع التقنيات التي تمكن الفرد من التكيف مع العالم الذي حوله» [٥].

وتتكرر تعاريف مماثلة في عدد معتبر من

الأدبيات الأنثروبولوجية الغربية أو في بعض الكتابات العربية التي عادة ما تعيد إنتاج هذه التعاريف بصيغ لا تؤثر في بنية هذه الأخيرة.

يؤخذ على هذه التعاريف ذات النزعة الأنثروبولوجية تبني ظاهرة النسبية أولاً، أي أنه لا تعتمد معايير يمكن من خلالها دراسة طبيعة ثقافة ما كمستوى نضجها وقيمة ما تطرحها من عقائد وسلوكيات وكذا مقارنة ثقافة بثقافة أخرى. يؤدي ذلك إلى تجنب الأحكام القيمية في دراسة الثقافة، فكل ثقافة في هذا النهج تؤدي وظيفتها في محيطها الزمكاني[*].

إن الثقافة في هذا المنظور تدرس في حد ذاتها (sui generis) وليس في العلاقة مع قيمة

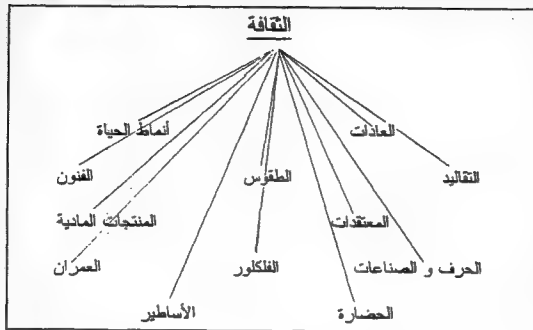
خارجية أخرى. وفي منظورنا، فإن الثقافة سلم من القيم تسمو أو تندى وفق العلاقة مع القيمة التي في أصلها دينية.

ويمثل المأخذ الثاني في الافتراض بأن الثقافة ناتج إنساني ليس إلا، أي أن الثقافة ظاهرة اجتماعية يتم إنتاجها باستمرار في العلاقات الاجتماعية. وبتعبير آخر، فإن الثقافة حقيقة يتم تأسيسها اجتماعياً. إن هذا الطرح يعتبر الثقافة من صنع الإنسان ولأغراض وظيفية ومن ثم فالثقافة ظاهرة نسبية ترتبط بالواقع المعاش في زمان معين ومكان محدد وما يكون وظيفياً في مجتمع قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر. وفي منظورنا، فإن الثقافة في أصلها ظاهرة دينية ثم أخذت بعداً اجتماعياً بالممارسة في العلاقة مع القيمة الدينية الأصلية اقتراباً منها أو ابتعاداً عنها.

ويخص المأخذ الأخير في أن هذه التعاريف تعتبر القضايا المعنوية في الثقافة إما وظيفية، أي تؤدي وظيفة ما في المجتمع أو تبريره أي تبرر واقعاً ما في المجتمع. وما يميز الطابع الأنثروبولوجي في هذه التعاريف التركيز على الجزء المعاش في الثقافة وجعل العوالم غير المادية أقرب إلى الأساطير والميتافيزيقا من أي شيء آخر. وفي منظورنا، فإن القضايا المعنوية يمكن أن تدرس كمجال مستقل وفي العلاقة مع القيمة.

ويعود تأثر الثقافة بالنزعة الأنثروبولوجية إلى أن هذا الفرع من المعرفة الذي كان له بعض السبق في دراسة الثقافات المعيشة في المجتمعات المسماة بالقديمة أو «البدائية» إلا أنه تم حديثاً إدخال مفاهيم





الجدول رقم ١

إضافية أو «جديدة»
عن ما يدخل ضمن
الثقافة كالعمارة
والحضارة. ويمكننا
أن نتعامل مع
المفاهيم القديمة
والحديثة للثقافة
بحصر المفردات
التي ترد في هذه
التعاريف ثم تحليلها
وفق المنظور
المعياري. وتشمل

هذه المفردات ما يلي (انظر الجدول ١) :

- أن الثقافة هي العادات.
- أن الثقافة هي التقاليد.
- أن الثقافة هي المعتقدات.
- أن الثقافة هي الحرف والصناعات.
- أن الثقافة هي الحضارة.
- أن الثقافة هي الطقوس.
- أن الثقافة هي الفلكلور.
- أن الثقافة هي الأساطير.
- أن الثقافة هي أنماط الحياة.
- أن الثقافة هي الفنون.
- أن الثقافة هي المنتجات المادية.
- أن الثقافة هي العمران.

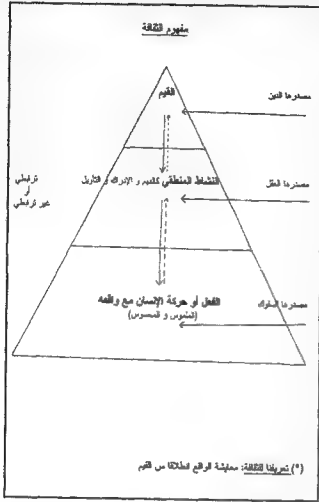
أولاً : أن هذه المفردات متداخلة ليست حصرية،
فالعادات قد تشمل التقاليد، والحضارة تتضمن
العمارة، والطقوس أنماط من الحياة .. الخ.

ثانياً : أن هذه الأخيرة ليست مرتبة وفق نظام
من الأولويات، فهل الحضارة في نفس ميزان
الأساطير، وهل الفلكلور في نفس مستوى
الحضارة.

ثالثاً : أنها تستبعد الأحكام القيمية، وهي تقوم
في ذلك على مبدأ النسبية القائل بأن لكل مجتمع
ثقافته ولا يمكن تقييم ثقافة بناء على معايير ثقافة
أخرى، فالمجتمع الذي يقدس جماداً على سبيل المثال
يعبر عن ثقافة ذات بنية داخلية تؤدي وظيفة تكاملية
في سياق مرجعية ذلك المجتمع ومن ثم يتم استبعاد
أي نظرة تتساءل عن طبيعة هذا الطقس ومكانته في
سلم القيم حتى وإن كان هذا السلم عقلانياً فحسب.

رابعاً : أن هذه التعاريف تستثني وسائل
الاتصال كجزء من الثقافة، وبغض النظر عما إذا

ويمكننا أن نحلل هذه المفردات تفدياً أو نقصها
في تعبير المنهج الظاهري^[٦] على النحو التالي:



الجدول رقم ٢

والمكان. وأيضاً، فإن فعل الإنسان قد يكون مرتبطاً بأي أو بكل من النشاط الذهني والقيم وقد لا يكون. فإن كان الفعل مرتبطاً بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقياً وإن كان مرتبطاً بالقيم كان منطقياً وقيماً، والقيمة أعلى من المنطق. وإذاً فإن الثقافة سلم يتضمن أبعاداً ثلاثة: القيم والمنطق والفعل.

ويكون تعريفنا للثقافة في هذه الحالة أن الثقافة هي معيشة الواقع انطلاقاً من القيم ويكون النشاط المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك. ويعتبر هذا التعريف معيارياً أي أنه يبين الكيفية التي ينبغي أن تنبني عليها الثقافة. كما أن

كانت وسائل الاتصال تعكس الثقافة أو أنها تساهم في تأسيس الثقافة فإنها طرف في المنظومة الثقافية.

وفي منظورنا، فإن الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم. والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزل المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين. فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم. يستتبع ذلك أنه كلما ارتقت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين ضرورة. يأتي العقل في مرتبة مادية ويمثل نشاطاً منطقياً يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك والفهم والتأويل. ويكون هذا النشاط المنطقي منطقياً بالضرورة إذا كان وثيق الصلة بالقيم، ومصدر النشاط الذهني العقل. ويكون هذا النشاط العقلي المستوى الذي ترتقي به الثقافة إلى الحضارة فهذا النشاط يولد الآداب والفنون والفكر والمعرفة. أي أن الثقافة تتحول إلى حضارة بالنشاط العقلي المتفاعل مع المجال المعنوي والمادي في المجتمع. وقد يكون هذا النشاط مرتبطاً بالقيم فيكون ترابطاً وقد يتحرك في مجال لا يتصل بالقيم فيكون غير مترابط. وكلما كان النشاط مترابطاً، كان مجال النمو المتوازن واسعاً والعكس. ويأتي في أسفل الثقافة حركة الإنسان وفعله، أي سلوكه. ويكون مصدر هذه الحركة واقع الإنسان المحدود في الزمان

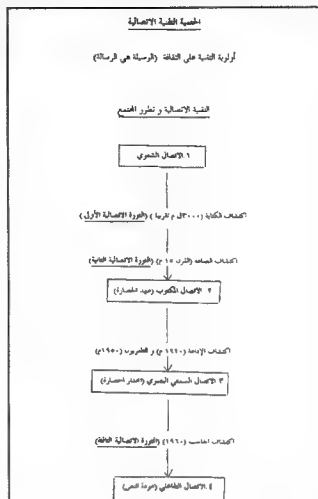




الوسائط الإعلامية تمثيل أدوار التمثيلية الاجتماعية

حتمية تكنولوجية، أو يفسر على أساس الحركة الاجتماعية فتكون هذه حتمية اجتماعية وهكذا. وتخص الحتمية الإعلامية (media de-terminism) اعتبار أن تكنولوجيا الاتصال المتغير «الأساسي» في تفسير آليات التطور الاجتماعي. فقد اعتبر ماركس أن اكتشاف الكتابة (حوالي ٣٥٠٠ ق.م) يعتبر ثورة الاتصال الأولى إذ أوجدت هذه الثورة اللغة المكتوبة وسمحت بالتدوين أحد شروط التطور. وحدثت ثورة الاتصال الثانية بعد أن اكتشف قاتنبورغ المطبعة (منتصف القرن ١٥) - وأدت هذه الثورة إلى انتقال المجتمع من مرحلة الاتصال الشفوي إلى الاتصال المكتوب. واعتبر ماركس أن ثورة الاتصال الثالثة ارتبطت باكتشاف الحاسب في السيتينيات والتي نقلت المجتمع إلى مرحلة الاتصال التفاعلي: أما اكتشاف الإذاعة (العشرينيات من القرن ٢٠) والتلفزيون (الخمسينيات من القرن نفسه) فهي امتداد سمع الإنسان ويصره فحسب رغم أنها نقلت المجتمع من مرحلة الثقافة المكتوبة إلى مرحلة الثقافة السمعية والمكتوبة. واعتبر ماركس أن الحضارة تأثرت سلباً بالثقافة السمعية والمريئة، فهذه الأخيرة تضمنت بعض معالم الثقافة الشفوية التي ميزت المجتمعات الأولية (انظر الجدول ٢).

ويعتبر ماركس أن وسائل شبيها



الجدول رقم ٢

هذا التعريف يحدد المرجعية التي يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها (انظر الجدول ٢).

وقد عرفنا الثقافة في سياق مشابه بأنها «كل ما يحمله المجتمع (الماضي) وما ينتج (الحاضر والمستقبل) من قيم ورموز معنوية أو مادية وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ) والمكان (المحيط بأمسي ذلك النظام الاجتماعي) انطلاقاً من بعض الأنس (القيم) التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها (البعد الحضاري)» [٧].

أما الحتمية فتعني عملية اعتماد متغير واحد دون المتغيرات الأخرى في تفسير الظواهر كأن يفسر تطور المجتمع على أساس الصناعة فقط فتكون هذه

عرضيا، فالأهم هو الوسيلة في حد ذاتها والتي تفرض على المجتمع نمطا خاصا من التفكير والاتصال، أي أن الرسالة هي الوسيلة.

وفي منظورنا فإن الرسالة أساس عملية الاتصال رغم أن الوسيلة تؤثر في طبيعة الرسالة شكلا ومضمونا. فالرسالة تمثل المرجع في ضبط العلاقة بين الثقافة ووسائل الاتصال. فالثقافة مرجعية ثابتة في التاريخ وتتجدد بالفعل والممارسة، أما الوسيلة فقد تولدت في فضاء

الثقافة وسعت الى التعبير

عن بعض مظاهر

هذه الأخيرة. وإذا

كانت وسائل

الاتصال قد

أنتجت ما يسمى

بالثقافة الجماهيرية فإنها لم

تصبح الثقافة في حد ذاتها، كما أن الثقافة الجماهيرية وليدة المجتمع الجماهيري وليس العكس[٨].

ويقصد بالقيمة الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان الى تجسيدها عمليا كلما ارتفع بفعله وعقله الى منزلة أعلى. وتعني القيمة في اللغة اسم النوع من الفعل قام يقوم قياما، بمعنى وقف واستوى. وفي منظورنا،

فإن القيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين كما أوضحنا في الجدول[*] (انظر الجدول ٤).

التجاذب بين الثقافة كعالم معنوي - مادي معاش ووسائل الاتصال كعالم رمزي :

إن العلاقة بين الثقافة والتكنولوجيا مسألة تعود الى بداية الثورة الصناعية إذ اعتبر المنظرون الأوائل

أن التكنولوجيا ستغمر كل ما هو ثقافي

وتحول الثقافة الى أداة في

خدمة التقنية. ويعني

ذلك أن الثقافة

تصبح مجموعة

من المهارات

والتقنيات أو ما

يسمى باللاتينية (tc)

(chec) ومن ثم يتراجع كل ما لا يمثل

فعالية اقتصادية ما. فالتقنية في هذا التحليل هي الثقافة. وظهر في هذا السياق العديد من المراجع التي تتخوف من المصير المحتوم الذي يجعل

التكنولوجيا تتحكم في الانسان الذي أوجدها في بداية الأمر. وفي منظورنا، فإن الثقافة تتحكم (على

الأقل من حيث ما ينبغي أن يكون) في التقني وليس

الأمر أن تتحول الثقافة الى تقنية[٩]. وحديثا، كان لكتابات «أنيس» الأثر في تحويل هذا الانشغال الى

*** وسائل الاتصال**

تدعم الحركة الاجتماعية

وتعززها... وهي تغطي

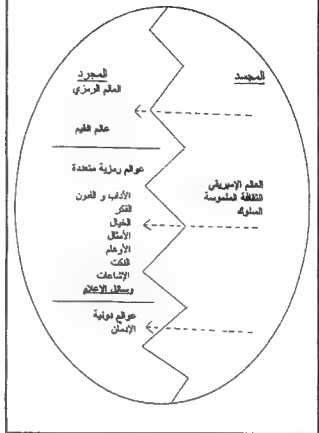
الاحساس بالانتماء الاجتماعي.

*** الاعلام يمثل القاسم المشترك**

بين افراد المجتمع.



الثقافة و الاتصال



الجدول رقم ٤

ميدان الاتصال. وقد انتقل الموضوع الى الصدارة عندما قام «ماككوهان» [١٠] بإضافة الطابع الدرامي على المسألة إذ أدخل مفاهيم جديدة مثل الاتصال الباسخ والاتصال البارد [١١] وحتمية الاتصال وأثر وسائل الاتصال على الحواس وقولته المشهورة «أن الوسيلة هي الوسيلة» تنتمي الثقافة الى كل من العوامل المعنوي والمادي فالمعنوي يشمل كل ما يسمى من المعاني أما المادي فيتضمن ما يدنو الى الواقع المعاش كالعبادات والتقاليد والعمران. وتكون العلاقة بين

المعنوي والمادي صحية طالما كان المعنوي مرجعا في السلوكيات المتعددة والمتجددة. وتمثل وسائل الاتصال عالما رمزيا، فالفرد يتفاعل مع محتويات وسائل الاتصال من خلال رمزية اللغة أو الصورة أو الفيديو. إن هناك جاذبية بين الثقافة ووسائل الاتصال، فالفرد ينتقل (أو يلجأ) من عالمه الثقافي الحقيقي الى العالم الرمزي الذي تعرضه وسائل الاتصال تلقائيا أو رغبة في الإفلات مؤقتا من عالمه المجسد. وتتعدد دوافع الانتقال من الواقعي الى الرمزي ومنها أن يضيق الواقع المجسد فيجد الفرد مكانه في الرمزي أي المجرد الى حين. إن الثقافة تتميز عن وسائل الاتصال في عدة عناصر دالة. فالثقافة واقع يعيشه الفرد بصفة مباشرة، أما تجربة التفاعل مع وسائل الاتصال فرمزية غير مباشرة. والثقافة تتسع كميا عندما تتحول الى وسائل الاتصال كانتقال الأسطورة الى المسلسل والرواية الى الفيلم والحدث الى الخبر. وفي هذه العملية قد تضيق الثقافة نوعيا عندما تختزلها وسائل الاتصال أو تسيء تمثيلها أو تشوهها. وفي كل الحالات، فإن وسائل الاتصال تعبير جزئي عن الثقافة المحيطة بهذه الوسائل. وفي منظورنا، فإن الانتقال الدال قيسيا يكون من الثقافة الى وسائل الاتصال وليس العكس، على الرغم من أن العديد من نظريات التأثير في الإعلام تنتقل من الوسائل الى

أثر وسائل الاتصال على الشفافة: المنهج المياري:

إن دراسة التأثير لا يتم في منظورنا بدون مرجعية تربط محتويات هذه الوسائل بالقيم. إن التأثير يكون إيجابيا إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كان الوثائق أكثر كان التأثير إيجابيا. وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتفق بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر. ويمكن أن نحصر الجوانب الإيجابية في تأثير وسائل الاتصال فيما يلي:

تعزيز القيم :

يرتبط التعزيز بتثبيت مواقف الفرد السابقة وإعطائها ألفة إضافية. ولعب تعبير «التعزيز» دورا أساسيا في فهم تأثيرات وسائل الاتصال على المجتمع. وقد عالج لازرسفيلد هذا الموضوع في دراساته الميدانية وأشار في مقولته المعروفة أن وسائل الاتصال لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل على تدعيم هذه الأخيرة. ويرتبط هذا الطرح بافتراض أن العامل الاجتماعي (العلاقات الاجتماعية) أساس تكوين الآراء والمواقف وأن الإعلام يبني على ذلك ويعزز ما أنتجته العلاقات الاجتماعية. وفي منظورنا، فإن التعزيز يكون مشروطا بتوافق العاملين الاجتماعي والإعلامي،

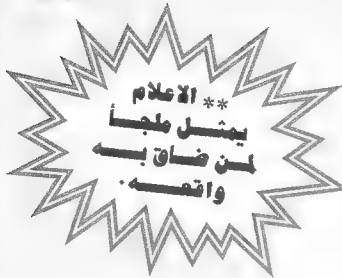
فيكون الإعلامي داعما للاجتماعي، أما إذا كان الإعلامي غير متكامل مع الاجتماعي، فإن التأثير قد يكون عكسيا، أي يظل الجمهور متمسكا بما تفرزه العلاقات الاجتماعية ويزيل المصادقية في تعامله مع وسائل الاتصال.

التنشئة الاجتماعية :

يقصد بالتنشئة الاجتماعية (socialization) الصيرورة التي يتم من خلالها اكتساب قيم المجتمع وثقافته. وتعتبر وسائل الاتصال مؤسسات اجتماعية تقدم أحزمة ثقافية محلية أو وافدة، فهي الناقل أو المحصول الذي يساهم في «جتمعة» الفرد وإحداث الألفة مع المحيط. ويعتبر علماء الاجتماع أن وسائل الاتصال أدوات التنشئة الاجتماعية. إن كل نوع من محتويات وسائل الاتصال يحدث تنشئة معينة، فالأخبار تساهم في التنشئة السياسية، والبرامج التعليمية تساهم في التنشئة التربوية، والبرامج الدينية تساهم في التنشئة الدينية وهكذا.

تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي :

تحدث وسائل الاتصال الإحساس بالانتماء إلى المجتمع الذي تربطه صفات مشتركة كالقيم والثقافة واللغة والتاريخ والتجربة والحيز الجغرافي ويزداد هذا الدور في المجتمعات المتعددة الأجناس واللغات



الصحافة المكتوبة العربية دورا رائدا في نشر الأدب والمعرفة عامة. ويبرز هذا الدور المعرفي أيضا في وسيلتي الإذاعة والتلفزيون إذ لا تتأثر هذه الأخيرة بعائق أمية المتلقي. وفي تاريخ الصحافة العربية، فقد لعبت هذه الأخيرة في نشر الوعي الوطني الذي أدى إلى الاستقلال. إن هذه الوسائل أوجدت نوعا من الثقافة أو اللغة المشتركة التي تتوجه إلى القاسم المشترك بين أفراد الجمهور. يضاف إلى ذلك أن الثقافة المعاشة في الواقع تتسع عندما تنتقل إلى وسائل الاتصال، فقراءة رواية ما قد يكون محدودا، ولكن دائرة الاستفادة من الرواية تتسع إذا تحولت إلى فيلم.

الوعي بالعالم الخارجي أو توسيع المحيط :

ارتبطت وسائل الاتصال في نشأتها بالحاجة إلى معرفة الأحداث في المحيط القريب أو البعيد. وساهمت هذه الوسائل في تحقيق الرباط بين أفراد

والمعتقدات فيكون دور وسائل الاتصال لم الشمل. إن وسائل الاتصال قد تعزز العلاقات الاجتماعية، فأفراد الجمهور لا يكتفون عادة بما يقرؤونه أو يسمعون أو يشاهدونه في وسائل الاتصال، بل يتحدثون عن تجاربهم الإعلامية مع ذويهم وأقرانهم. وبيئت نظرية التدفق الإعلامي على مرحلتين أن تدفق الرسائل الإعلامية ليس مباشرا ويمر عبر قادة الرأي وشبكة من العلاقات الاجتماعية قبل أن تنتقل الرسالة إلى بقية أفراد الجمهور. ويعني ذلك أن تأثير وسائل الاتصال محدود ويتوقف على درجة التأويل والتعديل الذي تمارسه الفئات الوسيطة التي تشكل مستوى آخر بين الرسالة الإعلامية والجمهور. إن وسائل الاتصال تدعم الحراك الاجتماعي وتعززه. فقد أظهرت دراسة عن «استخدامات سكان مدينة الرياض للاتصال الهاتفي» أن العامل الاجتماعي احتل المرتبة الرابعة من بقية دواعي استخدام الهاتف في الجمهور المذكور. وتتمثل ذلك في «تهنئة الآخرين بالمناسبات والأعياد، والسلام على الأهل، ودعوة الآخرين للزيارة، أو التأكيد من وجودهم في منازلهم قبل الذهاب لزيارتهم» وأضافت الدراسة أن هذا الاستخدام لم يحل محل التواصل الاجتماعي المباشر وإنما عززه أكثر فاكثرت [١٢].

توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة :

ساهمت وسائل الاتصال في نشر المعرفة والثقافة في أوساط واسعة من المجتمع. فقد لعبت

المجتمع داخليا وإحداث الاهتمام بالأحداث خارجيا .
وأصبح الجمهور في مختلف الثقافات بفضل وسائل
الاتصال يهتم بما يجري من أحداث في الخارج .
وقد بينت نظرية المحيط الواسع والمحيط الضيق أن
وسائل الاتصال تعمل على توسيع المحيط الاجتماعي
في المجتمعات المتميزة بقلّة التفاعل الاجتماعي
والنزعة الفردية . فوسائل الاتصال تعوض هذا البعد
الاجتماعي الغائب في الواقع .

النظر الى الذات والمجتمع من زاوية خارجية :

توفر وسائل الاتصال تجربة إضافية قد لا
تتوفر محليا كأن ينتقل الفرد من ثقافة الى أخرى
بمجرد تغيير القناة (التلفزيونية مثلا)، وذلك ما يجعل
الفرد ينظر الى ذاته ومحيطه من بعد أو أبعاد تجتث
الفرد من عالمه المحدود وتجعله يفلت جزئيا من تلك
المسلّمات التي تمثل جل ما يعرفه ويدركه عن ذاته
ومجتمعه . ويتعبّر آخر، فإن وسائل الاتصال تنقل
الفرد من المطلق الى النسبي . وتكمن أهمية النظرة
الى الذات والمجتمع خارجيا في أن الفرد يستطيع
الاطلاع على وجهات النظر المتعددة ويدرك ما يتميز
به من خصوصيات ويميل الى تقبل الآخرين على ما
هم عليه من تمايز . فالفرد يعرف بوعي ذاته
ومجتمعه من الآخر أو الآخرين .

معايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان :

**** وسائل الاتصال
أدوات ارتباط بالعالم
الخارجي وبالأخربين .**

**** العلاقة بين الفرد
والوسيلة الاعلامية
الزامية في مجتمعا
المستأصـر .**

**** أدبيات الاتصال
الحديثة ركزت على
الوسيلة .**

**** الثقافة تمثل نمط
الحياة المحاش من عادات
وتقاليد ومعارف وأخلاق .**

**** يرى البعض ان الثقافة
ظاهرة اجتماعية ينتجها
الإنسان ، في زمن محدد
ومكان محدد ،
ولظرف محدد .**

**** الثقافة في أصلها
ظاهرة دينية ثم أخذت
بالممارسة بعداً اجتماعياً .**

**** الممارس الثقافة
تختلف من شعب لآخر .**



الاتصال:

أ) (الاحتياجات المعرفية، أي الحاجة الى الخبر والمعرفة عامة. إن الخبر أهم سلعة «حية» تنفرد في تقديمها وسائل الاتصال، وذلك سر ارتباط الفرد والجمهور بهذه الوسائل.

ب) (الاحتياجات العاطفية، أي الحاجة الى المشاعر كالإحساس بالأخوة والمحبة والفرح والسعادة، الخ. ويظهر ذلك جليا في المسلسلات والأفلام وغير ذلك.

ج) (الاحتياجات الاجتماعية.

د) (احتياجات تحقيق الذات.

هـ) (الاحتياجات الترفيهية)[١٣].

وقد أظهرت دراسة عن «شبكة الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض» أن الإشباع الذي تحققه الشبكة لدى الجمهور المستخدم، هو إشباع معرفي قعاطفي فاجتماعي فترفيهي فتجاري[١٤].

نقد الذات وتغييرها :

تساهم محتويات وسائل الاتصال في إحداث الوعي بالذات وعلاقتها مع الآخرين، فالتجارب الرمزية التي تعرضها الوسائل قد تجعل الفرد يعدل من آرائه وواقفه وسلوكياته وفق ما يراه قيمة من ظواهر أو أحداث أو قضايا ما كان بإمكانه الاحتكاك بها خارج وسائل الاتصال. وتتضمن هذه

تقدم وسائل الاتصال إمكانية تجربة عوالم قد لا تكون حاضرة في واقع الفرد المتعامل مع الوسيلة الإعلامية فوسائل الاتصال تنقل الفرد الى عدة عوالم رمزية وخيالية تجعل هذا الأخير يبتعد ولو الى حين عن هموم الواقع ويجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية. وقد بينت الدراسات الأولى عن «سر» ارتباط الأفراد بوسائل الاتصال أن هذه الأخيرة توفر ملجأ لمن ضاق به الواقع. وبمعنى آخر، فإن الفرد قد «يهرب» من الواقع فيجد ضالته في وسائل الاتصال، أي أن هذه الوسائل قد نقلته لحظة الحاجة الى عالم آخر يوفر له بعض الاستراحة الى أجل ما.

الإشباع، التحويل والترفيه :

أظهرت نظرية الإشباع والاستخدامات أن ما يجعل الجمهور شديد الارتباط بالوسيلة الإعلامية هو عوامل الإشباع التي توفرها وسائل الاتصال، وبينت الدراسات الأولى في المجال أن انقطاع قراء الصحيفة عن صحيفتهم ولو لفترة وجيزة يحدث اضطرابا في توازن الفرد وسلوكه اليومي إضافة الى الإحساس بالعزلة أو الغربة عما يجري حوله من أحداث. وما يغيب عن الفرد في غياب الوسيلة القدرة على مراقبة المحيط، فالفرد الذي يتحرك دون المعلومة (والمعرفة) التي تأتي بها الوسيلة باستمرار أشبه بتائه لا يملك خريطة المدينة. وإذا، فإن العلاقة بين الفرد والوسيلة الإعلامية إلزامية في المجتمع المعاصر.

وتشمل الاحتياجات التي تقدمها وسائل

الضرورة الخروج عن الذات مؤقتا والعيش رمزيا في عالم الوسائل ثم العودة الى الذات مرة أخرى وتقييمها بنظرة أخرى.

الإعلام والتفسير والتحليل (الوظائف) :

أسهمت النظرية الوظيفية كثيرا في فهم طبيعة وسائل الاتصال وأدوارها في المجتمع. واهتمت هذه النظرية بما تقدمه وسائل الاتصال من وظائف بدل التركيز على التاريخ أو الملكية أو الحرية، الخ. وترى النظرية أن أساس وجود أي مؤسسة وظيفتها الحاضرة، وعادة ما تضحل المؤسسة بزوال وظيفتها في المجتمع. فوظائف وسائل الاتصال تتضمن الإعلام أو الإخبار أهمها إضافة الى الترفيه والبيع، وتتعدد هذه الوظائف بدءا بمهمة تنوير الرأي العام الى المساهمة في النشاط الاقتصادي الى التأثير على صناعات القرار في المجتمع. وفي نفس المنظور المعيارى، تتمثل الجوانب السلبية في وسائل الاتصال في تلك التى تتعد عن القيمة، ويشمل ذلك ما يلي :

تحييد القيم

يقصد بتحيد القيم إبعادها كعوامل مؤثرة، ويتمثل ذلك في تغييب القيم في المحتويات خاصة الترفيهية، إذ لا تنقيد هذه الأخيرة بنظام من القيم، إنما تنبني على مبدأ ما يمكن أن يسوق الى الجمهور الواسع. وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن رغبات الجمهور وأذواقه عادة ما تكون نتاج ما تعرضه

المفصل (الإصدار السنوي)

وسائل الاتصال، فإن عملية استثناء القيم في المحتويات تكون دائرية: فوسائل الاتصال تعرض ما يرغب فيه الجمهور، والجمهور يرتبط بوسائل الاتصال التى تحقق له رغباته. وأدى ذلك الى انتشار محتويات العنف والجنس وغيرها في الأفلام والمسلسلات ذات الطبيعة التجارية خاصة.

جمهرة الثقافة (التبسيط والتثوية) :

يقصد بالجمهرة في هذا السياق محاولة كسب الجمهور الواسع على حساب النوعية، فالثقافة ارتقاء، أما ما تبثه وسائل الاتصال خاصة المسموعة والمرئية فإنه ثقافة سميت بالجماهيرية. وتعني الثقافة الجماهيرية تلك الثقافة التى تنتجها وسائل الاتصال (كالمسلسلات والأفلام والإعلان، الخ) والساعية الى التأثير الدعائى وإحداث احتياجات وهمية أو حقيقية لدى الجمهور الواسع. وتتأثر هذه الثقافة في دلالتها سلبيا كلما كان الهدف الوصول الى الجماهير الواسعة. وقد اعتبر منظرو الثقافة الجماهيرية أن هذه الأخيرة متأثرة بالعامل التجارى الهادف الى استمالة الجمهور وإرضائه بغض النظر عن طبيعة المحتوى الذى عادة ما يتوجه الى الرغبات الانية والغرائز، فيكون الجمهور وكثرته هما أساس نجاح البرامج لا المحتوى في حد ذاته.

تضييق المحيط :

أظهرت نظرية المحيط الواسع والمحيط الضيق أن وسائل الاتصال تلعب دورا سلبيا بطريقة غير



**** وسائل الاتصال
طرف ثلثي الشخصية
الشخصية.**

**** الثقافة تنبع من
القيم، والقيم
اساسها الدين.**

**** الانسان لا يكون
مصدر القيم، وانما
هو مرتكز تجسد
القيم.**

الاجتماعي المخصص للعلاقات الاجتماعية وبروز
بعض السلوكيات «المنحرفة» كانتحال الشخصية
وسرقة البطاقات الائتمانية والتجارة بالأشخاص،
الخ[١٧] وعامة، فإن شدة استخدام هذه الوسائل قد
يبعد الفرد عن قضايا المحلية المرتبطة بواقعه
المعاش.

أضواء نسيج الاتصال الاجتماعي :

تعمل وسائل الاتصال بطريقة غير مقصودة

مقصودة في المجتمع الغني بالعادات والتقاليد
والتفاعل الاجتماعي ذلك أن وسائل الاتصال تبعد
أفراد المجتمع عن بعضهم البعض - يترتب على ذلك
أن تدفع وسائل الاتصال المجتمع الغني بالثقافة
المعاشة والعلاقات الاجتماعية الى الفقر في المجالات
المذكورة ومن ثم التشابه مع المجتمعات التي تتصف
بالانعزال الاجتماعي وقلة الروابط الثقافية[١٥].

تقليص المحلي وتوسع العالمي :

تتجه وسائل الاتصال عامة نحو ما يرتبط
بالعولمة أو القرية العالمية. يعني ذلك أن الاهتمام
بالأحداث الخارجية والثقافة الوافدة قد يكون على
حساب الواقع المحلي. فقد أوجد التلفزيون ما سماه
ما كلوهان القرية العالمية إذ يمكن للمشاهد أن يتابع
الأحداث على المباشر دون قيد الزمان والمكان. وأدى
الحاسب والشبكات المعلوماتية الى إيجاد ما يسمى
بالمجتمع الخائلي (virtual society) الذي
يتشكل من الأفراد الذين يتفاعلون باستمرار دون
ارتباط هؤلاء بثقافة أو مجتمع أو مكان محدد.
وكادت «تكنولوجيا الواقع الخائلي» أن تسقط الحاجز
بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والغائب وبين
الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية
التي تقطن فضاء المعلومات[١٦].

ويرى بعض المنظرين المستقبليين أن ذلك قد
ينتج أفراداً يملكون وعياً عالمياً على حساب
الخصوصيات المحلية. إن هناك العديد من السلبيات
التي أقرتها هذه الشبكات ومنها تقلص الزمن

على تقليص الزمن الاجتماعي. ويرى بعض الباحثين أن وسائل الاتصال تمارس التفكير الاجتماعي على اعتبار أن الزمن الذي يقضيه الفرد مع هذه الوسائل يكون بالنتيجة على حساب التفاعل الاجتماعي المباشر. ويحدث مع الزمن أن يآلف الفرد هذا النمط من الاتصال فيصبح انعزاليا ويعفي نفسه من المسؤولية الاجتماعية تجاه الآخرين. فقد أوجدت الصحف زمن القراءة، ثم أتت الإذاعة فأضافت زمن الاستماع فقللت بعض الشيء من زمن القراءة، ثم

**** كلما ارتقت
الثقافة الى مستوى
القيم كلما ارتبطت
بالدين ضرورة.
** الرسالة اساس
عملية الاتصال،
وهي المرجع في
ضبط العلاقة بين
الثقافة ووسائل
الاتصال.**

أتى التلفزيون فأضاف زمن المشاهدة فقلل بعض الشيء في الزمنين السابقين. ثم أتى الحاسب والشبكات المعلوماتية فأضافت زمن التصفح. ونكون هكذا قد اقتربنا من ما سماه فيراروتي بنهاية المحادثة [١٨] والاتصال الشخصي المباشر.

إضفاء دور قادة الرأي والفكر :

ارتبطت الصحافة المكتوبة عامة والعربية خاصة تاريخيا بقادة الرأي ورجال الأدب والثقافة والإصلاح، فقد ارتبطت الصحف في بداية نشأتها بالشخصيات الثقافية التي أسستها. وحديثا، تقلص دور هؤلاء وأصبح المرسل مؤسسات إعلامية كبرى. وساهم في ذلك ارتباط المهنة الصحفية المعاصرة بالتخصص الى جانب ظهور أنواع أخرى من قادة الرأي في مجالات خارجة عن الرأي والفكر. وعامة فإن وسائل الاتصال تتحرك كمؤسسات ويكون دور المرسل فيها عاملا مكملا، وأصبحت وسائل الاتصال مؤسسات تضم اعدادا من المخرجين والمخرجين والفنيين الذين يشاركون كمجموعة في إنتاج المادة الإعلامية وتسويقها.

تقصير أدوار النجوم السينمائية وغيرها:

يبرز تقصير الأدوار في تقليد الممثلين والشخصيات التي يصنعها الإعلام عامة، وقد أورد الباحث ياندوزة صاحب نظرية التعلم الاجتماعي أن تأثير وسائل الاتصال يكمن في



في تصور الجمهور للحقيقة. وأظهرت الدراسات أن الأطفال في المراحل المبكرة من العمر يصدقون ما يشهدونه في الأفلام والرسوم المتحركة على أنه حقيقة ويتأثرون به في سلوكياتهم. ودلت الدراسات أن الكبار الذين يتابعون الأخبار بكثرة يشعرون أن العالم أقل أمناً مما هو عليه في الحقيقة. وقد عبر جرينر عن ذلك بقوله أن بعض هذه المحتويات تحدث «محيطاً خاطئاً من الخوف» أي أن هذه الوسائل تنشئ بفعل هذه المحتويات «حقيقة عنفية» [٢٠].

إضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثقافية:

إن بعض محتويات وسائل الاتصال كالأفلام والعنف والجنس واللغة التي تخل بالقيم تعمل مع الزمن على إضعاف درجة الانفعال أو المقاومة التي تصاحب هذه المستويات في بداية أمرها. ويرى الباحثون في المجال أن التلطف بالعنف يعد إلى حد ما مشاركة فيه، فذلك يعد مقدمة لما قد ينجر عن ذلك من سلوكيات. وعلى هذا الأساس، عمدت العديد من الثقافات إلى وضع حدود لما لا يمكن التلطف به خشية تحول ذلك إلى الفعل. وبين هؤلاء الباحثين أن تكرار الرسالة التي تخرج عن سياق الثقافة قد يؤدي إلى إضعاف الحساسية (desensibilization) ومن ثم لا يقدر المتلقي على نقد الرسالة أو الشك فيها. ويبدل في إطار ذلك تأثيرات أفلام العنف والجنس إذ أظهرت الدراسات هذه التأثيرات السلبية العديدة [٢١] التي تبرز في أشكال التقمص (تقليد

التقمص (modeling). ويعني ذلك أن الجمهور يلاحظ ويشترك تجربة الآخر ثم يتخذ ذلك نموذجاً [١٩]. أما التأثير السلبي فيمكن في طبيعة صاحب القوة فيما إذا كانت صفاته قيمة أو غير ذلك.

المعيارية والاستهلاكية :

أوردت النظرية النقدية أن وسائل الاتصال تحدث التأثيرات المعيارية والاستهلاكية في المجتمع المعاصر. تعني المعيارية (standardization) قبولية الثقافة في شكل بضائع متجانسة قابلة للاستهلاك العام، فالعناصر الثقافية التي لا تتوافق مع ما هو معياري تستثنى ولا تسوق بناء على ذلك، الشيء الذي يضعف التنوع الثقافي عامة. وتظهر الاستهلاكية في الدور الذي تمارسه وسائل الاتصال في إحداث أو تعزيز النزعة المادية بترويج عملية بيع السلع والخدمات بصفة مباشرة عبر الإعلان أو بصفة غير مباشرة عبر أنماط الحياة التي تردها الأفلام والمسلسلات.

المرج بين الرمزي والحقيقي:

إن محتويات وسائل الاتصال ليست هي الواقع في حد ذاته بل هي تعبير عن الواقع، ويحدث التأثير السلبي عندما يتم المرج بين العاملين فيصبح الرمزي هو الواقع عند المتلقي. وقد أظهرت نظرية التثقيف أن العالم الرمزي الذي تعرضه وسائل الاتصال يؤثر

الصفات السلبية)، التعلم (مثل تعلم مهارات السرقة مثلاً) والتحفيز والتعزيز (بإثارة النزعات العدوانية التي قد تكمن في الفرد) [٢٢].

الفجوة الإعلامية :

أظهرت نظرية الفوارق المعرفية أن مستويات الاستفادة الإعلامية (المعرفية والمعلوماتية) تختلف من شريحة اجتماعية إلى أخرى. فالأكثر «معرفة» أكثر استفادة إعلامياً من الأقل معرفة. ويتبين أن وسائل الاتصال قد تفيد الجميع على السواء في المدى القصير، لكنها تفيد الأكثر معرفة أكثر من غيرهم على المدى المتوسط

والبعيد. ويعني ذلك أن وسائل الاتصال تزيد في تعميق الهوة بين الأكثر معرفة والأقل معرفة.

الإدمان على الوسيلة :

يتضح أن شدة الارتباط بالوسيلة الإعلامية يكون على حساب المسؤوليات الاجتماعية الأخرى. وقد برز هذا الانشغال مع التلفزيون والفيديو ثم ازداد مع

**** إدمان التلفزيون ينتج عنه قلة التفاعل الاجتماعي المباشر مع الآخرين. * الأكثر من مشاهدة التلفزيون يميل التفكير ويحصل المشاهد إلى مجرد متلق.**

الحاسب. وتقدر الدراسات الغربية أن الفرد يشاهد التلفزيون بما معدله ست ساعات يومياً. وحديثاً، تشير الدراسات إلى أن الحاسب قد يتجاوز التلفزيون في عدد الساعات المخصصة مع هذه الوسيلة. ويترتب عن هذا الإدمان قلة التفاعل الاجتماعي المباشر وما لذلك من أثر في إضعاف الروابط. إلى جانب ذلك، قد بينت الدراسات التربوية أن هناك علاقة ارتباطية بين كثرة مشاهدة التلفزيون وضعف الأداء المدرسي عند الأطفال.

منع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها:

إن شدة تعلق الفرد بوسائل الاتصال قد يدفعه إلى التفريط في معالجة واقعه. فوسائل الاتصال تشغله عن الاهتمام بعالمه الذاتي وإصلاحه أو تغييره. ويكون هذا التأثير سلبياً على اعتبار أن هذه الوسائل تلهيه أو تحول انتباهه إلى قضايا قد تكون ثانوية على حساب ما يجري في محيطه المباشر.

التركيز على حاجة البصر على حساب الحواس الأخرى في الوسائل المسموعة المرئية:

أوجدت الوسائل المسموعة المرئية وبالأخص السينما والتلفزيون والفيديو ثقافة تعتمد أساساً على الصورة. وتلعب حاسة العين دوراً أساسياً في استقبال محتويات هذه الوسائل. إن طبيعة الاستقبال وحجمه وتوتره تفرضه الوسيلة الإعلامية لا العين وذلك عكس القراءة إذ تتحكم العين في عملية



**** تحديد القيم أو إبعادها كموامل مؤثرة، يضر كثيرا بالمنظومة الاجتماعية.**

**** جمهرة الثقافة تعنى كسب الجمهور على حساب النوعية.**

**** وسائل الاتصال تساعد على ما يسمى بالتفكيك الاجتماعي.**

**** اضعاف درجة الانفعال والمقاومة، واحدة من سلبيات الإعلام.**

وسائل الاتصال العالم الرمزي. وأظهرت الدراسة أن انتقال الثقافة الى وسائل الاتصال عملية بنوية تتولد عنها تأثيرات إيجابية تارة وسلبية تارة أخرى وفق المنظور المعيارى الذى استخدمناه والقائم على الربط الملازم بين محتويات وسائل الاتصال والقيم. وقد وظفنا بعض النظريات الإعلامية في تفسير بعض هذه التأثيرات دون الإخلال بالمنهج المستخدم في هذا العرض. وأوضحنا هذه الدراسة أن محتويات وسائل الاتصال تحمل ما يسميه البنيويون بالتضاد الثنائى. فهذه الأخيرة يمكن أن ترتبط بنظام من القيم فيكون التأثير إيجابيا أو عكس ذلك.

الهوامش :

(*) نستخدم مصطلح

القراءة وزمنها. يترتب عن سطو الوسيلة أن تستسلم العين وتبقى سجيئة مقتضيات هذه الوسيلة. وتبين أن شدة سكون العين وارتباطها بالصورة التلفزيونية يضعف عملية التفكير ويصبح المشاهد كأننا ساكنا في أدنى مستويات نشاطه الذهني. وقد بينت الدراسات النفسية والتربوية أن هناك علاقة بين كثرة مشاهدة الأطفال للتلفاز والكسل الذهني وضعف الأداء المدرسي. وفي منظورنا، فإن القيمة ارتبطت بالكلمة المسموعة التى تتضمن الجهد قصد الارتقاء الى أسمى المعاني الممكنة، أما التصوير، ففيه تجسيد وتقليص للمعنى [٢٣] وقد أشار ماكلوهان في سياق مشابه أن التلفزيون وسيلة باردة فلا تتضمن التفاعل الجدي ولا يبذل المتلقي جهدا يذكر في تلقي الرسالة، فالعين تبقى مشدودة نحو الصورة وينزعج الفرد لو أتينا بينه وبين الصورة بينما تكون القراءة اتصالا ساخنا إذ يكون النشاط الذهني واسعا في فك مضمون الرسالة.

الخاتمة :

أخذت هذه الدراسة النظرية منهج القيم في دراسة العلاقة بين الثقافة ووسائل الاتصال وأظهرت أنه يمكن دراسة هذه العلاقة انطلاقا من منهج أولوية الثقافة على وسائل الاتصال. وبينت الدراسة أن هناك جاذبية بين الثقافة ووسائل الاتصال على اعتبار أن الثقافة تمثل العالم المعاش بينما تمثل

وسائل الاتصال للدلالة على وسائل الإعلام كالإذاعة والتلفزيون وعلى وسائل الاتصال الأخرى كالهاتف والاتصالات عامة.

Alfred McClung Lee, Prin- (١)
ciples of Sociology (New York:
Barnes and Noble Books, n.d.),
206.

Donald Light, Jr. and Su- (٢)
zanne Keller, Sociology (New
York: Alfred K. Knopf, 1982), 83.

(٣) تعريف كروبيير وكلاهون في: محمد على
محمد وآخرون، المرجع في مصطلحات العلوم
الاجتماعية (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥)،
١١٠.

(٤) تعريف تايلر في: محمد، المرجع في
مصطلحات العلوم الاجتماعية، ١١٠.

Scott G. McNall, The So- (٥)
ciological Perspective (Boston:
Little, Brown and Company,
1968), 55.

(٦) اختصار لتعبير الزمان والمكان.

(٦) د. عبد الرحمن عزي، «ماهية الظاهرتية
الاجتماعية وفضاء الحياة العربية»، حوايات جامعة
الجزائر، العدد ٣، ١٩٨٨ - ١٩٨٩.

(٧) عبد الرحمن عزي، «ثقافة الطلبة والوعي
الحضاري ووسائل الاتصال، المستقبل العربي»،
١٦٤، (١٩٩٢م)، ٣٤ - ٦٨.

(٨) عبد الرحمن عزي، «التحليل النقدي والبنية
المؤسسية في المجتمع العربي»، حوايات جامعة
الجزائر، العدد ٩، ١٩٩٥.

(*) يرى د. الربيع ميمون، أستاذ الفلسفة
بجامعة الجزائر، أن الفلسفة تناولت موضوع القيم
فيما عرف بفلسفة القيم، وأدرج بعض الفلاسفة
القيمة في إطار عالم الوجود، كما أدرجوا الحق في
إطار علم المنطق، والخير في علم الأخلاق، والجمال
في علم الجمال، الخ. فاعتبروا الوجود قيمي، والقيمة
«حقيقة لا يمكن فصلها عن الوجود ولا فصل الوجود
عنها». يستتبع ذلك أن الأشياء لا وجود لها بالنسبة
للإنسان (إلا لأن) لها قيمة. ونجد في هذا الفرع من
المعرفة (أي الفلسفة) من يرى أن القيمة تظهر في
«الأفعال والأشخاص والموجودات»، ومن يرى أن
القيمة «ليست من الموضوعات العقلية التي تتطلب
البرهنة عليها لإثباتها» فهي «تتجاوز العقل، ولا
يستطيع العقل أن يحيط بها، وأن كان هو الذي
يجعلنا ننقاد إليها ونخضع له بانوارها». وقد جعلها
أبو حيان التوحيدي تتمثل في الدين والخلق والعلم،
«فالدين جماع المرشد والمصالح، والخلق نظام
الخيرات والمنافع، والعلم رباط الجميع» أنظر في هذا
الشان: الربيع ميمون، «عالم القيمة أو الإنسان
بالحقيقة»، حوايات جامعة الجزائر، العدد ٥، ١٩٩٠
- ١٩٩١، ص ٥٤ - ٦٠.

Abderrahmane Azzi, De- (٩)
velopment: Ethical Competence in
the Information Age, Islamic



Margaret Mannix "The (١٧)
Dark Side of the Internet", News-
week, 28-8-2000, 36-45

Franco Ferrarotti, The End (١٨)
of Conversation: The Impact of
Mass Media on Modern Society,
(New Uork: Greenwood Press),
1988.

Albert Bandura, "Social (١٩)
Learning Theory," in [http://](http://www.afirstlook.com/archther.com)
www.afirstlook.com/archther.com

(٢٠) نفس المصدر السابق.

David K. Perry, Theory (٢١)
and Research in Mass Com-
munication: Contests and Con-
sequences, (New Jersey: Lawrence
Publishers, 1996), 171-185

Malvin L. De Fleur, Sandra (٢٢)
Bell-Rakeach, Theories of Mass
Communication, (New York:
Longman, 1982), 200-215.

(٢٣) لمزيد من التفصيل عن أولوية السمع عن
البصر، راجع دراساتنا :

د. عبد الرحمن عزي، «الإعلام والبعد الثقافي:
من القيمي إلى المرنى»، التجديد، العدد ٨، ١٩٩٧،
ص ١٢٥ - ١٤٥ و.

د. عبد الرحمن عزي «قراءة إبستمولوجية في
وسائل الإعلام»، المستقبل العربي، العدد ٨،

Studies, 7:1, 1998.

(١٠) أهم مؤلفاته (Understanding
Media الذي ترجم الى اللغة العربية).

John Vivian, The Media of (١١)
Mass Communication (Boston:
Allyn and Bacon, 1991), p.9.

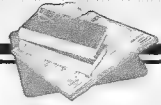
(١٢) د. محمد بن عبد العزيز الحيزان،
استخدامات سكان مدينة الرياض للاتصال الهاتفي،
دراسة غير منشورة، الرياض، ١٤١٨، ص ٣١ - ٣٩.

Denis McQuail and Sven (١٣)
Windahl, Communication Models
for the Study of Mass Com-
munication (New York, Longman,
1984), 81 - 83.

(١٤) خالد الفرم، شبكة الإنترنت وجمهورها في
مدينة الرياض، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود،
الرياض ٢٠٠٠.

Raymond Gozzi, Jr., Mass (١٥)
Media Effects in High - and Low -
Context Cultures, in Felipe Kor-
zeny and Stella Ting. Toomey,
Mass Media Effects Across Cul-
tures, (London: SAGE publica-
tions), 1992.

(١٦) د. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر
المعلومات، (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، مطابع
الوطن، الكويت ٢٠٠٠)، ص ٣٤٤.



الإعلام الاسلامي في مواج

أهم ما يميز عالمنا الحالي أنه اختصر المسافات الزمنية والمكانية فأصبح بمثابة قرية يعرف كل فرد فيها ما يدور في محيط شوارعها أو في داخل منازل جيرانه، فما يحدث مثلاً في اليابان من أخبار مفرحة أو مفاجئة قد يشارك في سماعها أو رؤيتها في دقائق من يعيش في استراليا أو القطب الشمالي أو الجنوبي أو في أقصى القارة السوداء، ويحدث هذا بفضل الله ثم بفضل ما آلت إليه تقنية الاتصالات الهائلة من تقدم مذهل مكنت وسائل الاتصال من تبوء مكانة عظيمة على سطح هذا الكون لم تشهدا من قبل.

ولذلك يحق لنا أن نطلق على إعلام اليوم سلطان العصر المتجكم في أرضه وقضائه، فهو ليس فقط قد

بقلم : د. حسن علي الأهدل

مدير الإعلام والعلاقات العامة والمؤتمرات
رابطة العالم الإسلامي - مكة المكرمة

تمكن من أن يصل الى المتلقي في أي زمان وفي أي مكان وجَد، وإنما استطاع ان يسيطر سيطرة مطلقة على عقله وتفكيره، وهو كما يقول مارشال ماكلوهان قد تحول الى جزء رئيس لحياة الفرد ونشاط يومي لا يمكن أن يعيش أي إنسان دون أن يتعامل مع إحدى وسائله المنتشرة في كل مكان، وقد نجح الإعلام في توظيف الأجهزة التابعة له لخدمة ما يؤمن به من أفكار أو لدعم قضية معينة يريد أن يفرضها على المتلقين أو يكسب تأييدهم، فمن خلال عرض مادة على قناة فضائية مثلاً قد تتحرك مشاعر الناس وأحاسيسهم وتوجه الوجهة التي يريدوا القائمون عليها دون كبير مقاومة من المتلقين أو منحهم فرصة للتفكير والتأمل، ولا نجانب الحقيقة لو قلنا إن من يملك مفتاح هذا الإعلام ذي القوة الجذابة والتأثير الطاعني يستطيع أن يمتلك العالم كله، إذ به تروج وترسخ الأفكار والثقافات والعادات المختلفة، ومن خلاله تحقق القايات أيا كان نوعها وبأسلحتة المتعددة تنهزم الأعداء.

وكأي وسيلة في عالمنا المعاصر يمكن أن تسخر للخير أو الشر لم يخل الإعلام من أن يستغل

هبة التشويه

لتحقيق أغراض مشبوهة في تسيير أفراد المجتمعات التي يخاطبها بالشكل الذي يريده سواء من خلال سياسات يرسمها من واقع رغبات ذاتية أو حزبية أو دينية أو ترويج أنماط جديدة من السلوك الشاذ كمادة إعلامية مسموح بنشرها على الرغم من تعارضها مع الأخلاق أو الدين أو التقاليد، وهكذا أصبح الصراع على الساحة الإعلامية على أشده بين الحق والباطل، وأضحت الغلبة لمن يملك الحجة الأقوى والبلاغة الجيدة بغض النظر عن عدالة ما يطرح أو مصداقيته، ومن يبرع في طرح قضيته يصل إلى قلوب المتلقين من أقصر الطرق، ليس مهما من وجهة نظر القائمين على الإعلام المعاصر ترسيخ مفهوم العدالة أو الأخلاق بقدر ما هو مهم الكسب المالي وتنفيذ الخطة الإعلامية التي يتبناها كل جهاز حتى ولو تطلب الأمر محاربة الأخلاق والقيم وتقويض كياناتها، فمثلا ما كان في السابق يندرج تحت مالا يسمح برفع الغطاء عنه أصبح مادة رئيسة لا يمكن لإعلام كثير من الدول أن يستمر بدونها حتى لو تحولت الأخلاق إلى دناءة والبناءة إلى حرية شخصية، وقد وصل السوء جدا في بعض الأجهزة

الإعلامية أن أصبحت وسيلة في يد كل من يدعو للحرية المزعومة التي تطرح على الساحة الفكرية وضد كل من يدافع عن الدين أو القيم، وتحول الإعلام عند البعض إلى أداة لنشر الرذيلة والعداء للأديان السماوية، كما أضحت وسيلة لغسل عقول الأفراد في المجتمعات جميعا لإبعادهم عن الأخلاق والفضيلة وباختصار يمكن القول إن الإعلام أصبح عند البعض دينا يعبد ومنهجية توجه متلقيا أينما اتجه دون أهمية تعطى لرأي عاقل أو فكر سوي.

أما المتلقي فلم يعد له خيار في تقبل ما يرد إليه عبر وسائل الإعلام إذ أصبح من المسلم به لديه أن كل ما يأتي عبر هذه الوسائل حقيقة لا يمكن مناقشتها أو رفضها حتى ولو وصل الحال إلى إلغاء خصوصيات المجتمعات الدينية والتراثية أو كان في ذلك تدخل في سلوكياتهم وعاداتهم وأطعمتهم ونظم حياتهم بل أصبح هذا المتلقي يقضي معظم يومه يستمع أو يشاهد أو يقرأ ما يأتي به هذا الإعلام من مادة غثة أو سميكة ويتفاعل معها ويجعلها مادة لحديثه مع أهله أو أصحابه، ولعل هذا الواقع في التأثير الإعلامي على عقل الإنسان من مفرزات العولة وتياراتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي فرضت نفسها على الإعلام بهذا الشكل العالمي الشامل.

**** الأعلام**

**أصبح حتمية
من حتميات
هذا العصر... لا
أحد يتجاوزها.**

**** الأعلام**

**الجاهلي يرى لا
يعطى المشاهد
فرصة للتروى
والمراجعة.**

**** من يملك**

**مفاتيح الاعلام
يمتلك العالم
كله.**

**** الصراع**

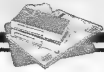
**على الساحة
الاعلامية أصبح
على أشده بين
الحق والباطل
والخير والشر.**

ولنا بعسد هذا

الاستعراض للإعلام
العالمي الحالي أن
نتساءل: أين نقع نحن
المسلمين في منظومة
هذا الإعلام؟ الواقع
نحن نكون مادة دسمة
من مواد أجهزة هذا
الإعلام العالمي، فخذيرة
كبيرة من الأخبار
والبرامج والأفلام التي
هي خليط من الحقيقة
والتشويه عن المسلمين
والعرب تأخذ حيزا
واسعا بشكل يومي،
سواء على شاشات
القنوات الفضائية
العالمية أو الصحف
الكبيرة، وقد لا يكون
تجنبا لو قلنا إن معظم
هذه المواد تتناول
الجانب المظلم للمسلمين
أو تتحدث عن مآسيه

ومشاكله وغيره ولا تمثل الواقع الفعلي للإسلام
الحقيقي أو مبادئه، كما أن هذا الإعلام يتعامل في
معظم الأحيان مع قضايا المسلمين بالتجاهل
والصاق التهم الباطلة والتحاميل والتضليل وتشويه
الحقائق وقلبها.

ولكن لماذا يحدث هذا؟ ما الذي جعل هذا
الإعلام العالمي الذي تمسك زمامه وتسير أموره
المؤسسات الإعلامية الغربية يتعامل إعلاميا مع
العرب والمسلمين بهذه السلبية الواضحة؟ أعتقد أن
ذلك يرجع الى أن هناك أفكارا مغلوطة توارثها أو
اكتسبها العالم الغربي من خلال اصطدامه
الحضاري أو الديني أو السياسي أو العسكري مع
العالم الإسلامي مازالت مترسبة ومسيطرة على
العقلية الغربية من خلال التغذية المستمرة لها عبر
وسائل الإعلام وعبر التعليم في المراحل المختلفة وعبر
الكتب والنظريات التي توجب صراع الحضارات بين
الإسلام والمسيحية مثل نظرية صموئيل هنتنغتون
وغيره ولا شك أن العداء التاريخي والتقليدي بين
المسلمين والغرب الذي نتج عن الحروب الصليبية
والنزاعات والأطماع الغربية في ثروات المسلمين في
السابق وفي الوقت الحالي ساهم بشكل أو بآخر في
زيادة مساحة الفجوة بين الجانبين، ولا ننسى عاملا
مهما يسهم في تنافر ثقافي بين الشرق والغرب، وهو
تباين أنماط الحياة بينهما خاصة في العادات
والتقاليد والسلوك، أضف الى ذلك عوامل



يتبناها الإعلام الغربي في نظراته للعرب والمسلمين من خلال ما يلاحظ على أجهزته المختلفة أو يوظفها في أدواته المتعددة في الآتي:

١ - الإسلام يدعو إلى التعصب والتطرف وعدم تقبل الطرف الآخر.

٢ - الإسلام ضد الحرية الشخصية مثل حرية العقيدة وحرية التعبير.

٣ - عدم احترام المسلمين لحقوق الإنسان.

٤ - مفهوم الجهاد في الإسلام يعني الاعتداء على الغير.

٥ - الدين الإسلامي دين الإرهاب.

٦ - المرأة مضطهدة عند المسلمين.

٧ - المسلمون قوم متخلفون لا يقيمون وزناً للحضارة ويكرهون التقدم الذي يتمتع به الإنسان الغربي.

ومن هذا المنطلق امتلأت الساحة الإعلامية الغربية بمواد إعلامية كثيرة تهدف في مجملها تشويه صورة الإسلام والمسلمين، نذكر بعضها منها على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر:

١ - كاتب فرنسي يدعى ميشال هوبليك أصدر تصريحات مسبقة للعرب والمسلمين وذلك من خلال برنامج أدبي بثته القناة الثانية في التلفاز الفرنسي.

قبل أسابيع وكان هذا الكاتب قد ألف كتاباً يحمل عنوان Plate - Form حيث بث فيه سموه ضد

استراتيجية وسياسية أخرى كالتدخل في الشؤون الداخلية للبلدان العربية وأطماع الدول الكبرى في مناطق المسلمين، هذه الأمور جميعاً أو منفردة تنعكس على الإعلام الغربي بشكل جلي وترسم بصورة عامة السياسة العليا للإعلام الغربي في تعامله مع العرب والمسلمين، ورغم أنها قد تتأثر بعوامل آنية قد تخفف من حدة التصادم أو تزيدها إلا أن هذه هي السمة الغالبة على الإعلام الغربي، وينبغي أن لا ننسى دور اليهود الواضح في تغذية هذا العداء كلما سنحت الفرصة أو افتعلت واحدة لا سيما وأنهم في وضع إما مسيطر أو متحكم في المواقع الرئيسية لاتخاذ القرار في المؤسسات الإعلامية الضخمة في العالم، كما أن هناك قائمة من الشبكات الإعلامية المجندة يمتلكها يهود تسهم بمالها ونفوذها في خلق مفاهيم مغلوطة عن المسلمين يروج لها عالمياً كلما سنحت الفرصة، وذلك من أجل التأثير على شعوب العالم لإلصاق تهم الإرهاب والتخلف على الإسلام وأهله وتآليب بقية الشعوب عليهم وللأسف لم يسلم من هذه الأفكار المغلوطة عن الإسلام حتى البعض من أبناء المسلمين الذين لم يفتهم باسم التحضر أن يحذوا الإعلام الغربي في مهاجمة الدين الإسلامي أو تفسيره حسب أهوائهم أو بما يتماشى مع ما تلقوه عبر الإعلام والثقافة الغربية.

ويستحسن أن نلخص أهم المواضيع المغلوطة التي

الإسلام والمسلمين، كما نشرت له مقابلة بنفس الغرض في مجلة لير الفرنسية حيث قال «إن الإسلام هو أسخف الديانات»

٢٧- في استراليا بيت التلغاز الاسترالي بين حين وآخر مشاهد تسخر من المسلمين وهي عبارة عن مادة كوميدية تسيء للمسلمين وتسهم بالإرهاب والتخلف، ومثل هذه المادة الكوميدية ليست قصرا على التلفزيون الأسترالي وإنما تظهر بين حين وآخر على كثير من القنوات الأوروبية والأمريكية.

٢٨- مجلة التايمز الأمريكية نشرت صورة للنبي (صلى الله عليه وسلم) وذلك في العدد الصادر بتاريخ ١٦ أبريل من العام الحالي.

٢٩- هناك ٤٥ إذاعة موجهة بـ ٢٨ لغة ولهجة مختلفة هدفها تشويه صورة الإسلام والمسلمين وتقديمه للعالم على أنه العدو الأخطر على الشعوب كما أن هناك أكثر من ١٠٠ كتاب يصدر في الغرب



سنويا ضد الإسلام وأنتجت هوليوود ٧٠٠ فيلم تكلفة كل فيلم أكثر من ٨٠ مليون دولار كلها ركزت على تشويه صورة الإسلام مع التأثير على الذهنية الأمريكية وإظهار المسلم على أنه شخص دموي إرهابي متطرف ومصدر للعنف وخطر على أمن العالم والحضارة الغربية.

٣٠- على الانترنت موقع أمريكي مشهور للإعلان يسيء إلى الإسلام حيث يصور المسلمين وهم يؤدون الصلاة وقد وضعت تحت صورتهم عبارة «باستخدامكم موقعنا ستكونون عملاء أكثر إخلاصا منا».

٣١- أسقف نمساوي يشن هجوما شديدا للهِجة على الإسلام في الصحف ويدعو إلى إجراءات أمنية صارمة ضد المساجد ويصف الإسلام بأنه مطبوع بالتعصب والقومية وأن المسيحيين لديهم مقياس إنساني أفضل من المسلمين (جريدة العالم الإسلامي العدد ١٧١٨ تاريخ ١٤٢٢/٧/٢٥هـ).

ولنا أن نقول ليس غريبا أن يسعى الغرب المادي إلى محاولة تدمير قيمنا وهدم فضائلنا وتشويه فكرنا وتغيب وعينا وضرب رموزنا باسم الحضارة والنظام العالمي الجديد، وليس أمرا مستبعدا أن يركز الإعلام الغربي على البرامج والقضايا التي تصب في خانة تأليب الناس وإشعال الصراع بينهم جميعا وبين المسلمين باعتبارهم متخلفين لا يقيمون وزنا لحضارة الغرب إلا بالقدر



*** الإعلام عند البعض أصبح ديناً يعبد ومنهجية تروجه**

العالم من تغيرات وتنازلات، وأن التفاهم مع الغرب يظل ممكناً في ظل وجود الكثير من الأمور المشتركة التي يمكن الاتفاق حولها، وقد تمكن البعض من الجانبين بالفعل من تحقيق بعض النجاح من التقارب، متناسين أوجه الخلاف ومؤمنين أن لكل فئة خصوصياتها التي لا يمكن أن تتخلى عنها.

والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا المجال هو ما هي مساهماتنا الفعلية نحن المسلمين في استخدام وسائل الإعلام المتعددة في خدمة أغراضنا وأهدافنا أو في تحسين صورة الإسلام ضد التشويه الملحوظ في أجهزة الإعلام العالمي؟

للأسف، الإجابة على هذا السؤال تتلخص على الشفاه لأن اعلامنا ما يزال يدور في نطاق محلي وإقليمي إذ يخاطب نفسه ويعتمد على ردود الأفعال كلما حدثت على الساحة قضية تمس كيانه، كما أن وضعه التقني والفني الحالي لا يبشر بقدرته على أن

الذي يخدم أغراضهم وحاجاتهم، فقد تأصل هذا العداء للإسلام دين العدالة والقيم والأخلاق من قبل الغرب منذ القدم ربما بسبب أن دين الإسلام يروج للفضيلة وينبذ الرذيلة ويؤكد على الحق والعدالة مما يجعله يتنافى مع سياسة الإعلام في النظم الوضعية التي تروج لمبادئ تتنافى والقيم الأصلية بعيداً عن الصدق والموضوعية ووفق مصالح وأهداف هي في واقعها تشكل خطراً على الإنسانية، إذ باعتراف العقلاء منهم تهدد القيم وتخر الأخلاق وتزعزع الثوابت الدينية.

غير أن من الإنصاف أنه على الرغم من الحملة الإعلامية الشرسة التي تشن هذه الأيام ضد الإسلام والمسلمين وتأخذ طابعاً عدائياً في معظم الأوقات أن نشير إلى أن الساحة الإعلامية في الغرب لا تخلو من برامج منصفة ظهرت في بعض القنوات الغربية تعترف بأن الإسلام هو دين قيم يستحق مع بقية الديانات في العديد من المثل العليا.

(العالم الإسلامي العدد ١٧١٨ في ١٤٢٢/٧/٢٥هـ)، ولابد من أن نشيد بجهود المنظمات والهيئات الإسلامية العالمية وبجهود الجالية المسلمة المقيمة في الغرب في تحسين صورة الإسلام والمسلمين في الغرب والتأكيد على أن للإسلام خصوصيات وثوابت عظيمة عقدية وأخلاقية حافظ عليها المسلمون منذ البعثة المحمدية، وأن هذه الثوابت لا يمكن التخلي عنها مهما حصل في هذا

**** في الاعلام المعاصر ،
ليس مهما ترسخ
العدالة أو الاخلاق بل
الاهم تنفيذ الخطة
الاعلامية الموضوعة .**

**** خصوصيات الشعوب
الثقافية والحضارية
والدينية اختفت كثير
من ملامحها
ومميزاتها .**

سوى أن ضررها أكبر من نفعها إذ تقدم غطاءً كثيراً يعتمد كثيراً في برامجه اليومية على الإعلام الغربي كمصدر للمعلومات والأخبار والتقارير وغيرها، حتى إن المرء لا يكاد يشاهد إحدى هذه الفضائيات أو يقرأ إحدى الصحف إلا ويظن أنه يتعامل مع قناة غربية أو صحيفة تتبنى مواقف مغايرة لأهداف الأمة أو لا تتوافق مع الرأي العام العربي أو الإسلامي .

غير أن خطورة سياسة الإعلام الحالي في عالمنا الإسلامي أكثر ما تكمن فيما يلاحظ من تأثير سلبي على اهتمامات ونظرة الكثير من أبناء الأمة تجاه قضاياهم، إذ لم يعد مستغرباً أن نستمع لرأي من مثقف عربي عن أحقية اليهود في العيش في إسرائيل أو تطبيع العلاقات معهم أو من يلوم الفلسطينيين على الانتفاضة أو غيرها أو من يؤيد غير المسلمين في قتلهم للمسلمين الأبرياء أكثر من موقع من عالمنا الإسلامي، أو يكرر عبارات الإعلام الغربي في وصف المقاومة المشروعة بالإرهاب، فقد خرج إعلامنا عن رسالة الإعلام المعروفة ومارس سياسة توجيه عقول أبنائنا بعيداً عن هموم الأمة، وبما يتوافق مع الإعلام الغربي المسيطر، ولم يقف الأمر عند هذا الحد، وإنما بدأت تظهر بعض الأقلام والمسرحيات والبرامج على قنواتنا الفضائية وكذلك بعض المقالات والكتب والروايات التي تسعى إساءة بالغة لديننا، وتخوي مغالطات كثيرة نذكر بعضها منها:

ينافس أجهزة الإعلام العالمية المحكمة في وكالات الأنباء والصحافة العالمية والقنوات الفضائية والإنترنت لما تملكه هذه الأجهزة من تقنية عالية وقدرات بشرية مدربة وتأثير طاغ، مما يمكنها من أن تنفرد تماماً بالساحة الإعلامية في العالم، أضف إلى ذلك أن معظم وسائل الإعلام في العالم الإسلامي هشة في تعاملها مع قضايا الأمة لا تكثرث كثيراً بها، مقلدة في عرضها وطرحها لما ينشر أو يثبت، تابعة في أخلاقياتها وثقافتها للفكر الغربي، فكم من قضية عربية أو إسلامية لم تحسن التعامل معها هذه الأجهزة وكم من قنوات فضائية وصحف كبيرة تملكها شركات عربية إسلامية لا يمكن أن نقول عنها

المقهول (الإصدار السنوي)



والإتكالية على الإعلام الغربي درجة لم تمكنها من حذف حتى بعض المشاهد أو العبارات التي تسيء للدين أو الذات الإلهية فقد شاهدت فيلما في إحدى هذه القنوات وقرأت ترجمة لحديث أحد أبطال الفيلم وهو يقول وأعوذ بالله من هذه العبارة «حتى الله لا يستطيع أن يفعل ذلك» ونعلم أن هذه العبارة شائعة لدى الغرب الملحد ولكن ألا ينبغي أن تحذف أو على الأقل لا تترجم إلى العربية.

٦ - قناة أخرى عرضت فيلما كوميديا عن عائلة أمريكية تقتحم حديقة ألعاب مغلقة للإصلاحات ويأتي البوليس ويسأل الضابط أحد الجمهور «من هؤلاء؟ هل هم عرب؟».

لذا لا غرابة أن يأتي الهجوم على الإسلام من الخارج طالما هناك من أبنائه ومن يحمل اسما مسلما بلغت به الجراة أن يتناول على هذا الدين أو على أحد رموزه، وكلنا يذكر سلمان رشدي الهندي البريطاني وروايته آيات شيطانية ولم ننس تسنيمه البنغالية وتهجما على الإسلام، والأمثلة على ذلك كثيرة ولا مجال لتعدادها والمتتبع لما ينشر في الصحف والمجلات أو في القنوات العربية يجد الكثير من هذا الهجوم المباشر أو غير المباشر على الإسلام ورموزه ولا ننسى قضية مهمة وهي أن قضائياتنا بدأت تقلد القنوات القضائية الغربية في الهجوم على الأخلاق والعفة، فالدعوة إلى التعري وإثارة الغرائز والبعد عن الأخلاق الفاضلة أصبحت وجبة رئيسة

١ - في إيران اعتقلت مخرجة سينمائية بتهمة الإساءة إلى الإسلام والمخرجة هي تهمنية ميلانسي التي أخرجت فيلما يسيء إلى الإسلام والمسلمين كما جاء في جريدة الوطن السعودية ١٤٢٢/٦/٢١هـ.

٢ - في مصر صادر الأزهر الشريف كتابين أساء إلى الإسلام وانكرا معلومات عن الدين الإسلامي والكتاب الأول «سيدي المسيح عفوا» لمحمود عبد الرزاق عفيفي والثاني بعنوان «الإسلام ليس عقيدة» مؤلفه عبد الغني محمود. الكتابان يسيئان إلى الإسلام ويحملان فكرا خرافيا غير قابل للتصديق، فضلا عن أخطاء في الدين والأخلاق والمجتمع وتناول على منهجية الإسلام ورسائله السمحاء وفقا لجريدة الوطن السعودية ١٤٢٢/٤/٢٨هـ.

٣ - في الباكستان أغلقت صحيفة لنشرها رسالة تسيء إلى الإسلام وكانت الرسالة بعنوان «لماذا يحكره المسلمون اليهود» تضمنت انتقادات مزعومة لمعاملة النبي محمد (صلى الله عليه وسلم) لليهود، وهذا ما ذكرته الشرق الأوسط في ١٤٢٢/٦/١١هـ.

٤ - وكذلك نشرت جريدة الرياض في ١٤٢٢/٦/٢٤هـ أن جنرالا تركميا تناول على الإسلام ووصف الخلفاء الراشدين بالعرب البدو وجاء ذلك في كلمة للجنرال الجينر إيشيمر بالأكاديمية الطبية العسكرية في أنقرة.

٥ - إحدى الفضائيات العربية بلغ بها الاعتماد

تقدم كل مساء لمشاهدي الفضائيات العربية والإسلامية من خلال ما يعرض في الأفلام والمسلسلات والإعلانات.

الحقيقة التي أرى أن أهمس بها في أذان النخبة المسلمة أنه على الرغم من كل ما قيل أنفاً أجد نفسي مع قول الشاعر:

نعيب زماننا والعيب فينا

وما لزماننا عيب سوانا

فاللوم لا يقع على الإعلام الغربي حين يستخدم قنواته لمهاجمة لأن هذه رسالته وقضيته وما يفعله هو توظيف أجهزته لخدمة هذه القضية، إن اللوم يقع على إعلامنا الذي سمح للإعلام الغربي أن يستغل قنواتنا لضرب مبادئنا وقيمتنا، اللوم يقع علينا لأننا تركنا منهاجاً قوياً وراء ظهورنا وبدلنا قولاً غير الذي قيل لنا وأصبحنا كالتى نقضت غزلها بعد قوة أنكاثاً. اللوم يقع على أصحاب المؤسسات

الإعلامية العربية من دول ومؤسسات الذين قصرُوا تجاه قضايا أمتهم ولم ينجحوا في تسخير الإعلام بالقدر الذي يخدم قضاياهم على الرغم من أن تكنولوجيا الإعلام علم مشاع لمن يدفع، والعالم الإسلامي لا ينقصه المال ولا العلم ولا الكفاءات العلمية.

إن ما نفتقده حقيقة في سياستنا الإعلامية هو وضوح الاستراتيجية التى تسعى الى تنسيق العمل الإعلامي الفعال فيما بين الدول الإسلامية المبني على رغبة جادة في:

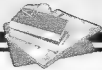
١ - خدمة قضايا الأمة الإسلامية والدفاع عنها، فمن خلال هذا الإعلام الفعال نستطيع أن ننتصر لأي قضية أو شعب مسلم في أي مكان ضد ما يلحق به من اضطهاد أو ظلم أو سلب للحق.

٢ - الاستفادة من الإعلام وتوظيفه لخدمة الحق وربط الناس بالله وتعديل سلوكهم، فالإعلام سلاح ذو حدين يمكن استخدامه كذلك فيما يعود بالنفع والفائدة لأنه وسيلة عصرية متشعبة الجوانب وسريعة الاتصال وسهلة الاستقبال عبر الوسائل الإعلامية المختلفة.

٣ - مجابهة تشويه صورة الإسلام والمسلمين التى اعتاد عليها الإعلام الغربي من خلال إيجاد وسائل إعلام متميزة وقوية تنفذ الى وجدان العقل الغربي ويخاطب فكره الذى اعتاد على التشويه.



المنهل (الإمداد المنوي)



رغم كل حملات المذاء والكراهية ضد المسلمين إلا أن الإسلام يكتب كل يوم فتحاً جديداً في أوروبا

بنبا فتيئنا أن تصيبوا قوما بجهالة فتصبحوا على
ما فعلتم نادمين} (الحجرات/٦).

وعلى هذا لا بد للإعلام الإسلامي بمنهجه القويم
أن يكون ذا صوت قوي ليس عليه أن يستحي أو
يخجل من عرض مشاكل أمتة على الملأ خاصة وأن
أمة الإسلام صاحبة حق ويقين في هذا الوجود
اعتماداً على الصلة الوثيقة برسالة الإسلام دون
مغالاة بها.

إن الإعلام الإسلامي يتبقي أن يؤمن إيماناً
حقيقياً بأنه ينطلق من دين لا يعرف التعصب، بل
يدعو إلى احترام الرسالات السماوية جميعاً ويتعد
عن إكراه الآخرين باعتناقه للمبدأ القرآني {لكم
دينكم ولي دين} فيما يدعو إلى إقرار حقوق الإنسان
وعديم أرباب الناس أو قتلهم دون وجه حق، ويتزجم
ذلك عبر إعلامه من خلال توضيح وجهة النظر
الإسلامية تجاه التعصب والأرباب.

٤ - العمل على تغيير المجتمع المسلم بدءاً من
التنشئة الاجتماعية والتوجيه التربوي والمعنوي لهم
فأي أخلال في وظيفة الإعلام يمكن أن يؤدي إلى
انعكاسات سلبية على سلوك النشأة، فالإعلام يعبر
كل المسافات ويتجاوز كل العقبات ليصل إلى هدفه،
لذا ينبغي أن يكون من أوليات الإعلام الإسلامي
تحصين الفرد المسلم ضد ما يصله عبر الإعلام
الخارجي الذي يمكنه من التعامل معه بحذر وحيلة.

٥ - تحسين مستوى الإعلام الموجه لامتنا، وقد
يحتاج هذا الأمر إلى الكثير من الجهد والتكاتف،
وكذلك إلى تبني سياسة إعلامية واضحة المعالم
والأهداف، فوضعنا العام يحتاج إلى مراجعة شاملة
في سياسته الإعلامية.

٦ - التكامل والتعاون بين أجهزة اعلام الدول
الإسلامية في تطبيق السياسة الإعلامية التي يتفق
على اتباعها والتي تحرص على خدمة أهداف الأمة
قبل الأهداف الخاصة لكل بلد.

إن المفهوم الحقيقي للإعلام في الإسلام لا
يصدر عن هوى ولا يتبع مصالح خاصة ولا يعتمد
على الإبهار والاستمالة وأساليب الجذب التي تستعين
بها وسائل الإعلام الغربي، وإنما هو معتدل
موضوعي يقوم على الحقيقة والعدل ويرفض الكذب
والتشهير والاختلاق ولا يقبل الادعاء دون دليل وفقاً
لقوله تعالى {يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق

** بعض الفضائيات العربية والاسلامية ضررها اكثر من نفعها.

واستعذبوا ذلك في منتدياتهم ومطبوعاتهم ووسائلهم المختلفة، فإذا كانت الصحيفة والراديو وحتى التلفاز من الوسائل التي يمكن أن يطلق عليها تقليدية، فإن هناك وسيلة سهلة وسريعة تستطيع أن تغزو العقل الغربي مباشرة وتصل إليه من أقرب الطرق، هذه الوسيلة هي الإنترنت، تلك اللغة الحديثة والوسيلة التي لا تدعم الفعالية التي تصل الى الإنسان الغربي بلغته التي يفهمها.

والسؤال الذي يفرض نفسه ملحا: ما مدى قوة الوجود العربي والإسلامي في القنوات والمحطات التلفازية الأوروبية والأمريكية بشكل مباشر أو غير مباشر؟ وما مدى نجاح العرب والمسلمين في استقطاب هذه المحطة أو تلك لقضيتهم أو تحسين صورتهم الإعلامية التي يعمل الأعداء على تشويهها؟ وقد تكون الإجابة على هذا السؤال غير مشجعة ولا تكاد تمثل رقما يمكن أن يشار إليه.

إن إعلامنا الإسلامي يحتاج الى إرادة متوحدية وتمويل جاد وخبرة تنفيذية عالية وتنظيم محكم وإدارة إعلامية واعية ومتخصصة مؤمنة برسالتها الإعلامية وهدفها الإسلامي، وهذا لا ينقصنا، فالخبرات في هذا المجال متوفرة ورأس المال موجود والعقول الشابة المتخصصة موجودة والمبوعون متملى بهم الساحة، بيد أن ما ينقص هذا في نظري هو منظومة فكرية إعلامية واحدة تكون قادرة على رد الفعل وإحداث الفعل قبل رد الفعل وهذا يتطلب

فالشبهات التي تثار حول الإسلام والمسلمين بين الحين والآخر والمزاعم الخرقاء التي يقوم بتوظيفها الإعلام الغربي عن عمد تضع الإعلام العربي والإسلامي نفسه أمام تحد صعب، فلا يجب أن يخاطب الإعلام العربي نفسه ومع نفسه كما هو حاصل الآن، بل ينبغي أن يأخذ المبادرة وعدم عرض قضاياهم مع العالم الآخر وفق منهجنا المعتاد الذي نعرضه مع بعضنا البعض، بل لابد وأن تكون هناك رؤية أخرى مغايرة لواقعنا ومتفقة مع مفهوم واقع الإعلام الغربي، وذلك لا يتم إلا بعد دراسة جيدة وعميقة لفكر الإنسان الغربي، وخاصة الإعلامي منه، وكذلك معرفة أهم ما يثار حولنا من مغالطات إذ لابد من التأثير على مفاهيم الغرب والوقوف على كيفية مخاطبته بالصورة التي يتلصبها وتؤثر فيه، فالكلمة أو الصورة المناسبة هي فقط التي لابد وأن تصل الى هؤلاء الذين تعمدوا تشويه الإسلام والمسلمين



٥ - فتح مجالات تعاون مشترك مع المؤسسات الصحفية في الغرب ليتسنى للكتاب المسلمين أو المتعاطفين مع القضايا العربية والإسلامية التعليق أو الرد على ما ينشر في هذه الصحف أو المشاركة بمساهماتهم.

٦ - تدريب الكوادر الإعلامية على إعداد وصياغة المواد الإخبارية من وجهة نظر إسلامية وتطويع ما يصلهم من مواد من الوكالات العالمية وفق هذه الرؤيا وليس وفق الرؤيا الغربية.

٧ - الاستفادة من وسائل التقنية الحديثة وتذليل العقبات المالية والفنية في سبيل تطوير القدرات الفنية والتقنية لأجهزتنا الإعلامية.

٨ - العمل على إنشاء وكالة أنباء إسلامية مستقلة تنافس الوكالات العالمية الحالية يكون لها مندوبون في دول العالم وتتواجد في مناطق التوتر على أن تتحلى بالدقة والمصداقية ونقل المعلومة الصحيحة.

٩ - الاستفادة من عالم الإنترنت الواسع وذلك من خلال تأسيس شبكة معلومات كبيرة تشترك في دعمها عدة مؤسسات قادرة على تمويلها تكون مهمتها إعطاء معلومات صحيحة عن الإسلام والإجابة عن استفسارات رواد الانترنت عن الإسلام وتأسيس صحيفة الكترونية تخدم القراء وتنقل أخبار المسلمين بكل صدق وحيادية وغيرها من الخدمات التي يمكن أن تساهم في نقل الصورة الصحيحة للإسلام والمسلمين.

توجهها واضحا يحدث العالم بلغة يفهمها نطقا ومضمونا وبأسلوب إعلامي يتفق وروح العصر.

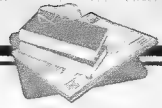
ويمكن أن نلخص أهم وسائل تطوير إعلامنا العربي والإسلامي في الآتي:

١ - تحديد الأهداف ووضوح الرؤيا ووضع خطة عملية مدروسة يستعان في إعدادها بذوى الاختصاص من فنيين وإعلاميين ومفكرين وهذه في نظري من أهم الأمور التي يجب أن توضع لرسم سياسة إعلامية لأي مؤسسة إعلامية عامة أو خاصة.

٢ - فتح قنوات اتصال وحوار مع غير المسلمين بشكل عام وبين وسائل الإعلام الغربية ونظيراتها الإسلامية من أجل تصحيح صورة الإسلام وتقديم الحقائق لهؤلاء الذين أساءوا فهم الدين وناصبوه القداء هون مبرر، ورصد ومتابعة ما ينشر أو يثبت، بسرعة الرد عليه بشكل واضح وموضوعي.

٣ - إنشاء قنوات فضائية بلغات مختلفة (شرقية وغربية) وإعداد برامج توجه أو تبت في القنوات الفضائية للدول غير الإسلامية مهمتها مخاطبة المثقف بلغة على أن يكون تقديم وإنتاج هذه البرامج بشكل مميز وأن تكون رسالتها الأولى شرح حقيقة الإسلام وبيان أن ما يرتكبه البعض من المسلمين لا يعد نقیصة في الإسلام.

٤ - التعريف بالقضايا الإسلامية ذات البعد الاستراتيجي للدفاع عنها.



الإعلام الإسلامي .. الواقع

الإعلام لغة :

هو التبليغ، والإبلاغ أي الايصال، يقال: بلّغت القوم بلاغاً أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث «بلّغوا عني ولو آية»، أي أوصلوا غيركم واعلموا الآخرين، وأيضاً «فليبلغ الشاهد الغائب، أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال أمر الله بلّغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى ﴿إِنَّ اللَّهَ بِالْغَايِبِ أَعْلَمُ﴾ أي نافذ يبلغ أين أريد به [١] .

التعريف العام للإعلام :

الإعلام هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة [٢] .

وهو أوتو جروت «الألماني يعرف الإعلام بأنه هو «التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت» [٣] .

بقلم : سهيلة زين العابدين حماد

رئيسة لجنة الأدبيات برابطة الأدب الإسلامي العالمية - جدة

ولكن واقع الإعلام ينبغي أن يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تتناسب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون .

أما الاعلام الساعي وراء الكسب المادي فانه يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب تهيج الغرائز، ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو التي تشير الغرائز، وتهيج شهوة الحقد، وأسباب الصراع، فتحت من مستوى الناس، وتشير بينهم عوامل التفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة، وحينئذ يتجه الى غرائزهم لا الى عقولهم، وهذا ما يجري في العالم الإسلامي من خلال جميع وسائله الإعلامية باستثناء بعض القنوات التلفازية، والمجلات الإسلامية، لهذا فالتعريف العلمي للإعلام العام يشمل النوعين الإعلام الصادق والإعلام الكاذب، والإعلام بالخير، والإعلام بالشر، والإعلام بالهدى، والإعلام بالضلال، وبناء عليه يكون تعريف الإعلام هو: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال

ع .. المستقبل

الكاتبه في مطور

أ. سهيلة زين العابدين
حماد:

- تخصص في التاريخ
الاسلامي.

- رئيسة لجنة الادبيات في
رابطة الادب الاسلامي العالمية
- بجده.

- نالت مجموعة من شهادات
التقدير من (جامعة ام القرى
بمكة المكرمة - مؤسسة قطر
للتربية والعلوم وتنمية
المجتمع - مهرجان الجنادرية -
الاتحاد الاسلامي النسائي
العالمي - المؤتمر الثاني للادباء
السعوديين).

- لها اكثر من خمسين مؤلفاً
معداً للطبع.

من مؤلفاتها المطبوعة:
- مسيرة المرأة السعودية الى
أين.

- المرأة بين الافراط والتفريط.
- احسان عبد القدوس بين
العلمانية والفرويدية.

- أسهمت في تأسيس المدارس
النسوية لتحفيظ القرآن
الكريم في المدينة المنورة.

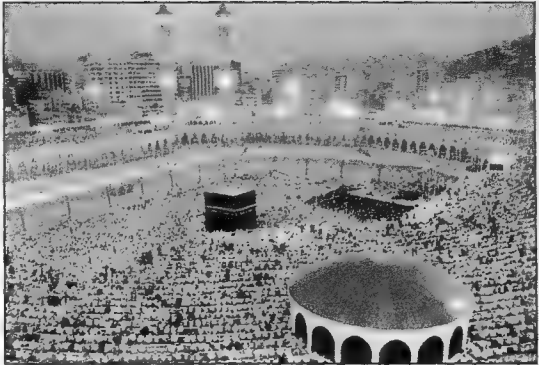
أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية،
ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير
سواء عبر موضوعياً أو لم يعبر، وسواء أكان التعبير
متجهاً لعقلية الجماهير، أو لغرائزها[٤].

تعريف الإعلام الإسلامي :

هو بيان الحق وتزيينه للناس، بكل الطرق
والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف
وجوه الباطل وتقيحه بالطرق المشروعة، بقصد جذب
العقول الى الحق وإشراك الناس في نيل خير
الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل، أو إقامة الحجة
عليهم، وهذا ما تعنيه الآية القرآنية: [ولا تكفموا
الحق وأنتم تعلمون]، والآية: [ولا تكفموا الشهادة
ومن يكتمها فإنه آثم قلبه].

وهكذا نجد أن الإسلام يأمر بإعلام الناس
بالحق والشهادة لصالح الحق، سواء بالإعلام
للوحي، وللرسالات السماوية الصحيحة، بالإضافة
الى الجاري من أخبار التجارب والثقافات البشرية
وكذلك شمول الإعلام لأنواع الاتصال المختلفة
كالاتصال الذاتي، أو بين فردين، أو بين فرد وجماعة،
أو بين جماعة وجماعة مما سمي بالاتصال الجمعي،
وكذلك الاتصال عبر وسائله المسموعة والمرئية
والمقروءة. ولكن المسلمين قصرُوا كثيراً في رسالة
الإعلام الإسلامي حتى افتقدها في الساحة.

فرقة منهم طائفة
ليتفقوا في الدين
واينثروا قومهم إذا
رجعوا إليهم لعلمهم
يحتشرون (التوبة/ ١٢٢)
يستدل بهذه
الآية على أن الإعلام
بالإسلام فرض
كفاية، ولكن بعض
الباحثين يرى أنه
فرض عين على كل
مسلم بقدر طاقته،



خصائص الإعلام الإسلامي:

يمكن تلخيص خصائص الإعلام الإسلامي في

الآتي:

١ - إعلام عقائدي:

إن السمة الأولى للإعلام الإسلامي أنه إعلام عقائدي، إذ لابد أن تعكس نظرية الإعلام الإسلامي، أو الفلسفة الإعلامية الإسلامية العقيدة الإسلامية أو «الأيولوجية الإسلامية».

٢ - حق لكل مسلم ومسلمة:

يقول تعالى في كتابه العزيز: {والمؤمنون والمؤمنات بعضهم أولياء بعض يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر}، ومن هنا ندرك أن الإعلام في الإسلام حق لكل مسلم ومسلمة، وهو حق إيجابي يتمثل في أن يقوم المجتمع بإعلام الفرد، تماماً كما يقول له الأمن والطعام والدواء [هـ].

٣ - فرض كفاية:

يقول تعالى في كتابه العزيز: {فلولا نفر من كل

المنهمل (الإصدار السنوي)

ويرى الدكتور إبراهيم إمام أن الإعلام الإسلامي تكليف وفريضة على كل مسلم، ويسوق قول ابن كثير في تفسير الآية المشار إليها بأن المقصود من فرقة أن تكون فرقة هذه الأمة متصدية لهذا الشأن. ثم يسوق تفسير الرازي بأن (منهم) في الآية ليست للتبعض لدليلين:

الأول: أن الله تعالى أوجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر على كل الأمة في قوله تعالى: {كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر}.

الثاني: هو أنه لا مكلف إلا ويجب عليه الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وأما كلمة «من» في الآية الكريمة فهي للتبيين لا للتبعض [٦].

وأوافق الدكتور إبراهيم إمام الرأي في أن الإعلام في الإسلام فرض عين وفرض كفاية معاً؛ إذ يجب على كل مسلم ومسلمة الإعلام بالإسلام كل



**** مهمة الاعلام ان
يقوم على التنوير
والتثقيف، والمعلومة
الصحيحة.**

**** الاعلام الاسلامي،
اعلام القيمة السلوكية،
والكلمة الموضوعية.**

**** اعلامنا العربي
يناقض كثيرا
ثوابت هذه الأمة.**

التحديات التي تواجه امتنا الإسلامية: أولا : العولمة :

تعد العولمة من أخطر التحديات التي تواجه
أمتنا الإسلامية في هذا القرن . إن ما يحدث الآن
ليس وليد التسعينيات من القرن العشرين ولكنه
حصيلة قرون عديدة مضت . نحن لا نخشى إلا الله
عز وجل فلا نخشى من الغرب ولا من غير الغرب،
ولكن ينبغي أن نحذر من الغرب لأنه يريد طمس
هويتنا ومسح شخصيتنا واقتلاعنا من جذورنا
وإحلال ثقافته ودينه وعقيدته وأمراضه واختلاله محل
ديننا وثقافتنا وقيمنا وأخلاقياتنا مع فرض هيمنته
السياسية والاقتصادية والعسكرية علينا، وحرماننا
من حق المعارضة وإبداء الرأي، والدفاع عن حقوقنا
الشرعية.

حسب طاقته، والفرص المتاحة له، كما يجب على
أبناء الأمة أن تخصص طائفة منهم في مجال
الإعلام بالإسلام تكون أقدر بياناً، وأعلم بالأحكام
الشرعية، وأقوى على الصمود في مجال الحق
والدعوة إلى الله.

وعلى ذلك يعتبر كل أفراد المجتمع الإسلامي
قائمين بالاتصال ومسؤولين عن تبليغ الدعوة كل
حسب قدرته وعلمه، ومراقبة أي خروج أو انحراف
عن القيم الإسلامية. وفي نفس الوقت لابد من وجود
المتخصصين القائمين على أمر الدعوة على بيئة وعلم
وبصيرة وتمكن بأحوال الدعوة وملابساتها [٧]. وفي
الحالة التي يدخل فيها الإسلام الإطار المهني يكون
فرض كفاية.

٤ - إعلام عام علني:

من أبرز سمات الإعلام الإسلامي أنه عام للبشر
جميعاً . فليس في الإسلام إعلام سري، أو نصف
سري، فالإعلام في الإسلام يتصف بالعلن خلافاً
لبعض الأديان أو العقائد التي تحصر على الكتمان
والسرية وتأخذ عهوداً قاسية على أعضائها تصل
إلى القتل لمن يفشي الأفكار أو المبادئ [٨]. وآيات
القرآن الكريم في ذلك شديدة الوضوح، يقول تعالى:
[إن الذين يكتمون ما أنزلنا من البينات والهدى من
بعد ما بيناه للناس في الكتاب أولئك يلعنهم الله
ويلعنهم اللاعنون] [٩].

٥ - إعلام بلا إكراه :

إن الإعلام بالدعوة إلى الإسلام ليس بالإكراه،
ويؤيد هذا نصوص قرآنية قطعية الدلالة منها قوله
تعالى : [لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من
الغى] [١٠].

أليس هذا هو واقعنا الآن؟

إن للمستشرقين دوراً كبيراً في هذه العولة، إذ نجدهم مهذوا وساعدوا الاستعمار منذ عصر الاسكندر الأكبر، ونابليون بونابرت، حتى أواخر القرن التاسع عشر، والقرن العشرين، سواء أكانوا رحالة أم قناصل أم جواسيس، أم منصرين.

ولا ننسى أن بعض المستشرقين أوجدوا النظرية العرقية ليبررو الاستعمار، ومن أهم الذين وضعوا النظرية العرقية «ليون جوتيه» في كتابه «المدخل لدراسة الفلسفة الإسلامية» [١١] ووصفوا العقلية العربية بأنها عقلية ذرية غير قادرة على التجمع والقيادة، ومن قالوا بهذا القول المستشرق البريطاني هاملتون جيب [١٢]، وملف الاستشراق حافل بهذه المواقف التي تدين الحركة الاستشراقية، والتي بسببها أصبح مصطلح الاستشراق مشبوهاً، وأعلن المستشرقون تخلصهم منه ورميه في مزلة التاريخ، واستبداله بمراكز المعلومات التي تقوم بنفس دور الاستشراق القديم ولكن في ثوب جديد.

ومما ينبغي لفت الانتباه إليه أن الاستشراق قام بدور كبير في التمهيد للعولة الثقافية باحتواء كثير من المسلمين ثقافياً عن طريق خدمة المستشرقين للتراث وتحقيقه ونشره وفهرسته لتحقيق أهدافهم ونواياهم الخبيثة ضد الاسلام والمسلمين، وما الى ذلك، حيث أصبح كل باحث مسلم لا يستغني عن

بعض جهودهم في أبحاثه وكتابات، فيعتمد عليها أو يتناولها بالدراسة، وتتأثر بها شعر أو لم يشعر، ويرجع هذا الى نجاح الاستشراق في السيطرة على مصادر التراث العربي الإسلامي، وعلى الرغم من أن بعض الدراسات الاستشراقية كانت تقترب من صفة النزاهة والحياد إلا أنها في النهاية، وبكل المقاييس تبقى مظهرأ من مظاهر الاحتواء الثقافي، وقد نجم عن هذا الاحتواء نتائج جد خطيرة، ألخصها في الآتي:

أ - شعور كثير من المسلمين بضعفهم، ونقص امكاناتهم، وتأخرهم عن غيرهم في العصر الحديث، ونسبة كل الايجابيات الى الغرب.

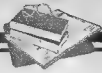
ب - تبعية كثير من الكُتّاب والباحثين فكرياً لهم، ودفاعهم عن مبادئهم ومناهجهم.

ج - وضع أسس لمنهج البحث والتفكير المادي، فكتبوا وبحثوا ونقدوا في ضوء هذا المنهج، كما نجدهم قد طبقوا المناهج الفكرية المادية على كثير من علومنا الإسلامية سواء في التفسير المادي للتاريخ، أو في كتاباتهم عن القرآن الكريم والرسول (صلى الله عليه وسلم) فدعموا شهادتهم في هذه الجوانب الفكرية باسم المنهج العلمي، مما أدى الى رواجها واستسلام كثير من الكتاب لها ودفاع بعض المسلمين عنها.

د - لقد رسخ المستشرقون مبدأ العلمانية وصدروه الى عالمنا الإسلامي سواء في الجانب الفكري أو السياسي، فأصبح من المسلمين من تبنا مبدأ العلمانية، بل نجد هناك بعض الدول الإسلامية قد تبنت العلمانية، وأعلنت أنها دولة علمانية، وهناك من المسلمين من ينادي بعلمانية السياسة، ونحن لو رجعنا الى أصل نشأة هذه الدعوة نجد أن



المنهج (الإصدار السنوي)



**** في امريكا تسعة آلاف مركز للبحوث الشرقية، منها خمسون مركزاً خاصاً بالعالم الإسلامي**

ز - لم يقتصر المستشرقون في بحوثهم على علم واحد، وإنما تناولوا مختلف العلوم، وللأسف لم يلتزموا بالحيادة والموضوعية في أغلب بحوثهم، إذ نجدهم سلكوا سبيل التحريف والتشويه في دراساتهم عن القرآن الكريم والطعن في مصدريه، وكذلك الطعن والتشكيك في السنة المطهرة وصحتها، وامتد التشويه الى نبي الإسلام محمد {صلى الله عليه وسلم}، وحسبنا قول المستشرق البريطاني وليم مور «إن سيف محمد والقرآن هما أكثر الأعداء الذين عرقهم العالم حتى الآن عناداً ضد الحضارة والحرية الحقيقية».

ح - تأليف الكتب والمراجع والموسوعات العلمية في موضوعات مختلفة عن الإسلام ونظمه مع التحريف الخفي، والتزييف المتعمد في الوقائع التاريخية، وفي نقل النصوص من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة وبيان سيرة الرسول {صلى الله عليه وسلم}، وإصدار النشرات الدورية والمجلات العلمية الخاصة ببحوثهم عن الإسلام والمسلمين، وإلقاء المحاضرات والخطب في الجمعيات العلمية، وفي كل مكان، ونشر مقالات وبحوث في الصحف

المستشرقين ممن روجوا لها ودعوا إليها، ولا ننسى أثر ميكافلي في ترسيخ العثمانية السياسية، وتجريد السياسة من معاني الدين والأخلاق وتبرير الوسائل باسم الغايات.

هـ - دعوة المستشرقين الى الحرية الفكرية المزعومة التي دعوا إليها، ولم يلتزموا بها في بحوثهم وكتاباتهم، إذ نجدهم صوروا المفكرين الإسلاميين بأنهم مجرد نقلة للتراث اليوناني الفلسفي بناء على نظرتهم العنصرية المقسمة للشعوب الى: ساميين وآريين، فالساميون، ومنهم العرب لا قدرة لهم على التفكير الفلسفي، وتناول الأمور المجردة بخلاف الشعوب الآرية، كما صرح بذلك «رينان» في كتابه «تاريخ اللغات السامية»، وكذلك «جوتييه» في كتابه «المدخل لدراسة الفلسفة الإسلامية».

و - كان الاستشراق وراء طرح ونشر مصطلحات متعددة في الجانبين الأدبي والنقدي مثل «الحداثة» و«البنوية» و«الابستولوجيا المعرفية» و«الوجودية» و«النثرية» في مجالات الأدب، ولقد كشفت الباحثة البريطانية فرانسيس ستونور سنوندرز في كتابها «من يدفع التكاليف؟» الصادر في يوليو عام ١٩٩٩م قيام الحكومة الأمريكية عبر وكالة المخابرات المركزية لإيجاد مدارس وتيارات ثقافية كاملة ومنها تيار الحداثة، ودعم مجلة الحوار العربية وغيرها [١٣]، فتجراً بعض الأدباء والشعراء على الذات الإلهية وفصلوا الفكر والأدب عن الدين وتبنوا مذاهب فكرية لا تمت للدين الإسلامي بصلة، بل تدعو الى الإلحاد وإلغاء العقل، كما أوجد المستشرقون في الساحة مصطلح «الأصولية» و«السلفية» لتغيب اسم الإسلام.

والمجلات الواسعة الانتشار، وخاصة في أوساط المثقفين، وترجمة كتبهم ومراجعتهم وموسوعاتهم إلى اللغة العربية، ويكفي أن نعرف أن هناك مراكز وأقسام عديدة مستقلة للدراسات الشرقية في الجامعات العلمية في الغرب كله، وأن في القارة الأمريكية وحدها حوالي تسعة آلاف مركز للبحوث والدراسات الشرقية عامة، ومنها حوالي خمسين مركزاً خاصاً بالعالم الإسلامي، وأنه منذ مائة وخمسين عاماً، وحتى الآن يصدر في أوروبا بلغاتها المختلفة كتاب كل يوم عن الإسلام، فقد صدر ستون ألف كتاب بين سنة ١٨٠٠ -

١٩٥٠م. أي عبر قرن ونصف القرن، ويصدر المستشرقون الآن ثلاثمائة مجلة متنوعة بمختلف اللغات في تراث الإسلام، وأن المستشرقين عقدوا خلال قرن واحد ثلاثين مؤتمراً مثل مؤتمر «إكس فور» الذي ضم تسعمائة عالم.

وما هذا إلا خطة لتهيئة الرأي العام لقبول الغزو العسكري والاقتصادي والثقافي الغربي لبلاد الإسلام من جهة، ولدراسة أحوال العالم الإسلامي، وكل ما يتعلق بشؤونه ليساعدهم ذلك على السيطرة ويسيطر النفوذ من جهة أخرى.

كل هذا كان إعداداً وتهديداً لتقبلنا لما هو أت، وهو «العولمة» بل لخصوعنا لما تفرضه علينا العولمة، وعدم إعطائنا فرصة للقبول أو الرفض، فنحن ما بين

عشية وضحاها وجدنا أنفسنا أمام العولمة السياسية والاقتصادية والثقافية والتقنية في آن واحد، ووجدنا أنفسنا قد فقدنا القدرة حتى على شجب ما يتعرض له الأمة الإسلامية من عدوان ومحاولات إبادة بعدما فقدنا القدرة على المشاركة في القتال للدفاع عن ما يتعرض له المسلمون من غزو، فلقد شوهوا مفهوم الجهاد وصوروا الجهاد في سبيل الله ومقاومة الاحتلال والعدوان إرهاباً، وقتلوا روح الجهاد في نفوس المسلمين بعد اتفاقية كامب ديفيد، وخداعنا بأسطورة السلام مع الذين لا

يعرفون السلام، ولا يحترمون العهود والمواثيق، ولا يلتزمون بها. والطامة الكبرى أن «العولمة» السياسية سوف تلغي دور الدولة والحكومة، وأن النظام الاقتصادي العالمي الجديد المفروض علينا سوف يجعل البلاد النامية التي نصف نحن ضمنها مراكز للتلوث الصناعي، إذ يخطط الكبار نقل مصانعهم إلى بلادنا لحماية بيئاتهم من التلوث الصناعي، مع استغلال العمالة في هذه البلاد لرخيصها، ولكن دون أن تنقل تقنية الصناعة أو جعلها في أيدينا، وهذا ما تدرسه الآن بريطانيا لطلبتها وتعددهم لتنفيذه، كما أن النظام المالي الجديد سيتيح المجال أمام المضاربين لضرب اقتصادنا كما حصل في أندونيسيا وماليزيا، كما أن النظام الاقتصادي الجديد سوف يفتح باب

**** فضائياتنا تحتاج
لكثير من الفريسة.
** لقد وضعوا التقنية
الغريبة بأنظمة ذرية غير قادرة
على التجمع والقيادة.**



ثانياً: تحديات التنصير الغربي:

التنصير من أخطر التحديات التي واجهت عالمنا الإسلامي في العصر الحديث، ولزالت، وكان مدخلا الى النفوذ الاستعماري والتضليل الفكري والتحلل الخلقي والإلحاد الوثني بما لهيئاته المختلفة من وسائل وموارد وطاقت، وما زال نفوذه في كثير من مناطق العالم الإسلامي قائماً وممتداً الى اليوم بأساليب متطورة وماكرة وخفية، وخاصة في سيطرته في الفترة الأخيرة على الثقافة والصحافة وعلى كثير من وسائل الإعلام (السينما، والمسرح، والتلفاز، والإذاعة) [١٤]، وقد استحدثوا في أواخر القرن العشرين وسيلة خفية للتنصير تكمن في «الحوار الإسلامي المسيحي» فبابا الفاتيكان هو الذي دعا الى الحوار محدداً أبعاده، ومضاداً لكل ما سيطرته الآخر، معلناً أن غايته منه هي تنصير العالم ليفرض على العالم نظاماً دينياً واحداً، أي العولة الدينية، كما أعلن عالمية الفاتيكان، وجعله السلطة الدينية الوحيدة في العالم، وأعلن تمسكه بالاصولوية، والاصولية في المجال الكنسي تعني التمسك بكل ما أجري في الديانة المسيحية من تحريف عبر كل المذاهب عبر العصور، أي أنه صادر أي حوار قبل أن يبدأ.

ولو تتبعنا تاريخ الحوار المسيحي الإسلامي نجد أن مبادرة الحوار تأتي دائماً من الغرب المسيحي يمرأله الثلاثة التي مر بها وهي:

المرحلة الأولى:

هي مرحلة التحدث عن الإسلام، ويمثلها الاستشراق، وكلنا يعرف أن الاستشراق الرسمي قد نشأ في أحضان الكنيسة البابوية، حيث أوصى

الاستثمار على مصراعيه، وهذا يعني أن الصهاينة سيدخلون أسواقنا ويتحكمون في اقتصادنا كما دخلوا بيوتنا من خلال التمويل الأجنبي للجمعيات النسائية الأهلية، والاتفاقيات الدولية - كاتفاقية إزالة أشكال التمييز ضد المرأة التي وقع عليها عدد من الدول الإسلامية - ومؤتمرات المرأة العالمية، وحاولوا أن يفرضوا علينا الخروج على ثوابت الإسلام مع توعدهم لعلماء الدين إن اعترضوا على ما يفرض علينا من توصيات مؤتمرات المرأة العالمية بسن قوانين دولية تطبق على الجميع، وخاصة القوانين التي تسمح بالانفلات الجنسي تحت مسمى «الصحة الجسدية» أو «الصحة الجنسية» والتي تتضمن إقرار الإجهاض كوسيلة من وسائل منع الحمل الى جانب الحرية الجنسية الانفلتية.

وبعد فهذه حالنا الآن من جراء تخطيط الغرب، وما سعى ويسعى لتحقيقه، ونحن للأسف كالدعى يحركنا الآخر وفق ما يريد، وفي الاتجاه الذي يريد، ولزالت أحمل المرأة جزءاً كبيراً مما وصلنا إليه، إذ انشغلت بظلموحاتها الشخصية وجريها وراء ما سمي بمساواتها بالرجل والمطالبة بالمشاركة السياسية والمشاركة في صنع القرار عن مسؤولياتها الأساسية وفاتها إتها صانعة القرار الأولى لأنها مربية صناع القرار، وإهمالها في تربية أولادها أوصلنا الى ما نحن عليه من استسلام وخنوع، وعليها أن تفيق قبل أن نفقد ما تبقى لنا من الحفاظ على ديننا وقيمنا وأخلاقنا وحشمتنا.

إن الأجيال القادمة سوف تلعبنا إن لم نعبير بها الى بر الأمان من هذا الخطر الداهم، فلنكن على قدر المسؤولية، وأهلا لتحمل هذه الأمانة.

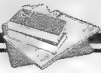
مجمع فينا الكنسي سنة ١٣١١ - ١٣١٢م نزولا عن قرار البابا إكليمنس الخامس بتأسيس كراسي الأستاذية العربية واليونانية والسيرانية في جامعات باريس وأكسفورد وبولونيا وغيرها [١٥]، ومما لا يخفى على المتخصصين في الدراسات الاستشرافية، أن أهداف الاستشراق كانت ولا تزال هي العمل على تشويه الإسلام، وتشويه صورة نبيه [صلى الله عليه وسلم] لتصوير المسلمين، وللحيلولة دون إسلام النصراني إضافة إلى أهداف سياسية استعمارية وعسكرية واقتصادية وعلمية، وقد تبني الرهبان والقساوسة الحركة الاستشرافية، وشنوا هجوماً شرساً على الإسلام والنبي محمد [صلى الله عليه وسلم] ووصفوه بأبشع الصفات، وقد أوضح المستشرق البريطاني «ريتشارد سونرن» في كتابه «صورة الإسلام في أوروبا في العصور الوسطى» وكذلك نظيره «نورمان دانيال» في كتابه «العرب وأوروبا في العصور الوسطى» تلك المواقف القظة المشوبة بالعصبية ضد الإسلام ونبيه محمد [صلى الله عليه وسلم].



ولم يقدم البابا اعتذاراً للمسلمين عما ألحقه المستشرقون عامة والرهبان والقساوسة خاصة من أساءات بالغة للإسلام وللرسول عليه الصلاة والسلام قبل بدء الحوار، لنبدأ صفحة جديدة، ولكن الاعتذارات تكون فقط لليهود، فنحن المسلمون في نظرهم لسنا جديرين بأي اعتذار.

المرحلة الثانية:

هي مرحلة التحدث إلى المسلمين، ويمثلها التصوير. وقد أسهمت الدراسات الاستشرافية في إيجاد الأرضية في كثير من بلاد المسلمين للدعوة التنصيرية، وقد كتب بعض المستشرقين، ونظروا لكيفية تصوير المسلمين مثل ما قام به المستشرق المنصر القس «صموئيل زويمر» في معهده الذي أنشأه باسمه من قبل المؤتمر التنفيدي ليكون مركزاً للأبحاث مهمته إعداد الأبحاث وتدريب العاملين في صفوف المسلمين لتعزيز قضية تنصير المسلمين، وكذلك المستشرق البريطاني «وليم موير»، ويشهد على ذلك كتابه «شهادة القرآن الكريم على الكتب اليهودية والمسيحية»، فهو كتاب تنصيري في المقام الأول، ومسلسل التنصير لم ينته بعد، فلقد أعلن البابا في المجمع المسكوني الثاني الذي عقد عام ١٩٦٥م خطته لتنصير العالم واقتلاع الإسلام مع قدوم الألفية الثالثة بحيث يتم استقبالها بلا اسلام، ولعل حملات التنصير المكثفة التي شهدتها أندونيسيا وتطينا مؤشراً لذلك، بل الأخطر من هذا وجود بعض المدارس التنصيرية في بعض دول الخليج العربي، ولعل كتاب «الغزو التبشيري النصراني في الكويت» لأحمد النجدي الدوسري يكشف أبعاد هذا المخطط، أيضاً النشاط التنصيري المكثف في الجنوب



الدكتور سعود المولى - يختارهم أصحاب الدعوة باعتبار توقع تعاونهم وتقاهمهم... وكان الضيوف يشعرون دائماً بأنهم ضيوف ويعرفون بأن المسلمين لم يختاروهم، كما أنهم هم أيضاً لم يعينوا أنفسهم أصلاً لهذه المهمة، وفي الغالب لم يكونوا مختصين في الأديان، ومن غير المتفرغين له أصلاً، وكانوا يتغيرون في كل لقاء فلا يحضر نفس الشخص أكثر من لقاء أو اثنين، وهذا يعني انعدام إمكانية الحوار الصادق الحي الموضوعي، إضافة إلى عدم وجود مركز إسلامي واحد لدراسة المسيحية والعلاقات الإسلامية المسيحية، فإن هؤلاء المسلمين لم يملكو إمكانية مراكمة المعارف والخبرات ودراسة وتحليل النشاطات واتخاذ القرارات وصياغة الإشكاليات، وترافق ذلك مع غياب أي مغرفة إسلامية معاصرة عن المسيحية وكنائسها وشيوعها، وعن اللاهوت وتياراته، وعن البيئات المسيحية المتنوعة، وعن فاعلية وقدرات الكنائس. وكان الغرب وما يزال هو الذي يطرح الموضوعات، ويضع جداول أعمال المؤتمرات وعناوين وألويات الحوار [١٦].

ثالثاً: تحديات تواجه اللغة العربية:

تواجه اللغة العربية الفصحى بوصفها لغة القرآن الكريم تحديات خطيرة تستهدف القضاء عليها، وإعلاء شأن العاميات في البلاد العربية، وإحياء اللهجات واللغات القديمة باستعمالها في وسائل الإعلام من طباعة وصحافة وإذاعة وتلفاز، وهناك من دعا إلى الكتابة بالحروف اللاتينية، وكلنا يعرف دعوة عبد العزيز فهمي باشا عضو مجمع اللغة العربية في القاهرة عام ١٩٤٤م بأن تكتب اللغة العربية بالحروف اللاتينية.

السوداني لإيجاد دولة مسيحية سودانية تمهيداً لانتقال الإسلام من السودان، وقد شرعوا لتنفيذ هذا المخطط، كما نجحوا في تفتيت وحدة أندونيسيا، وقسموا تيمور إلى شرقية وغربية، بينما نجدهم وحدوا برلين الشرقية والغربية.

إن مخطط تجزئة الدول الإسلامية وشرطها إلى شطرين مسيحي وإسلامي أو تقسيمها على أساس مذهبي أو عرقي كما هو مخطط للعراق ومصر والسودان، وسائر الدول الإسلامية، كل هذا يؤكد أن هدف الغرب القضاء على الإسلام، وأن الصراع بيننا وبين الغرب هو الدين الإسلامي في المقام الأول، ويظهر هذا بوضوح في الحروب الصليبية، إذ خشي الغرب من المد الإسلامي، وعندما فشلت هذه الحملات، ولم تحقق أهدافها نشأ الاستشراق الذي ركز هجومه على القرآن الكريم، وكذلك دراسة الأدب العربي، والعمل على إحياء الفرق المنحرفة في تاريخ المسلمين كالباطنية، وقصوا السنوات في إخراج كتب ليؤثروا في المفاهيم الأساسية للإسلام، وذلك بثنائهم على البهائية والقاديانية، وقد أوجد الاستعمار البريطاني القاديانية، إذ أشادوا بها لأنها - كما زعموا - جاءت بآراء حرة مستقلة ووصفوها بالعقلانية والاستنارة والتجديد ليخدعوا بها بعض المسلمين، وإيشوهمو تعاليم الإسلام، وللأسف هناك أقلية من المسلمين تأثرت بفكر هذه الفرق المنحرفة واعتنقت عقائدها.

المرحلة الثالثة:

هي مرحلة التكلم مع المسلمين عن الإسلام، أي الحوار معهم. والحوار الإسلامي المسيحي هو دائماً مبادرة مسيحية، والمسلمون فيها ضيوف كرام - كما يقول

رابعاً: تحديات سيادة الإعلام المضلل على الساحة الدولية:

والغالب في الساحة الدولية الآن هو الإعلام المضلل، فلقد بات الإعلام يشكل استراتيجية عظمى لدى الدول والشعوب والحكومات، ومن يجيد فن الإعلام ولعبته يحقق أهدافه وغاياته حتى ولو كانت قائمة على باطل وزور وبهتان، ومن لا يجيد فن الاعلام فقد يفقد الأرض التي يقف عليها، وهويته وشخصيته الإسلامية، فكلنا يعرف أن الكيان الصهيوني أقام دولته على باطل، وكان للإعلام دور كبير في إقامة هذا الكيان ومساندته، أما نحن فلم نجد فن الإعلام ولعبته، لا على المحيط الدولي، ولا على المحيط الإقليمي فقط، بل حتى على المحيط الذاتي، مما أدى الى فقداننا الكثير من حقوقنا، بل أدى الى فقداننا هيبتنا وعزتنا وكرامتنا، وأصبح يُباد منّا عشرات الألوف، ويشرد أمثالهم ولا يتحرك فينا ساكن، ولا يهب أحد لنجدتنا، بينما لو قتل صهيوني واحد تقوم الدنيا ولا تقعد، وتدمر قرى، وتضرب محطات الكهرباء، وما حدث في لبنان أكبر شاهد على هذا.

والطامة الكبرى أنه أصبح من العرب والمسلمين من ينادون بتطبيع العلاقات مع اسرائيل، والانفتاح معها في كل المجالات، ومنهم من أنشأ جمعية تسمى «أصدقاء السلام» تدافع عن اسرائيل وتعقد المؤتمرات للدعوة الى تطبيع العلاقات مع اسرائيل، بل هناك من أنشأ مراكز بحوث ممولة من اسرائيل تقدم أبحاثاً عن بلادهم تخدم الأهداف الصهيونية، وللأسف هؤلاء تسلط عليهم الأضواء من قبل أجهزة الإعلام المختلفة، ويدعون الى المشاركة في مؤتمرات

ولللأسف لا تزال أمثال هذه الدعوة تقدم من أبناء العربية بحجة حمايتها وتسهيلها، فقد تقدم باحثان في المؤتمر السادس لجمعية لسان العرب الذي عقد في القاهرة في نوفمبر عام ١٩٩٩م ببحثين خطيرين، أحدهما غير فيه الباحث شكل الحروف العربية، وجعلها ثلاثة وثلاثين حرفاً بدلاً من ثمانية وعشرين حرفاً، وثانيهما ألغت فيه الباحثة حركات الضبط واستبدلتها بأحرف تدل عليها، فالواو بدل الضمة، والألف بدل الفتحة، والياء بدل الكسرة، والتون بدل التتوين، فإذا ما كتبت كلمة مثل «قيراط» كتبت هكذا «قيراطن»، وهذه محاولات للحيلولة دون فهم القرآن الكريم، وهناك آخرون ينادون بإيجاد خطاب لغوي أنشوي، مما يؤدي الى إسقاط بعض التكاليف عن المرأة المستخدم فيها صيغة العموم في القرآن الكريم كالصيام مثلاً، وآخر يريد التسامح في إدخال المصطلحات والألفاظ الأجنبية.

هذا وتجد من ناحية أخرى أن اللغة الإنجليزية هي لغة التعليم في كثير من التخصصات العلمية في الجامعات بما في ذلك «الإدارة والاقتصاد» كما أصبحت اللغة الإنجليزية هي اللغة الأساسية في كثير من المستشفيات، كما امتلأت شوارعنا بلافتات تحمل أسماء أجنبية لمحات تجارية ليست تابعة لشركات أجنبية، كما نجد كثيراً من البرامج التلفازية في كثير من القنوات الفضائية العربية تحمل أسماء أجنبية، وكان لغتنا العربية فقيرة ليست لديها من المفردات ما يجعلها قادرة على صياغة أسماء لبرامج تلفازية. فنحن باختصار شديد أصبحنا مهينين للعولة الثقافية لغة وفكراً.



**** اعلامنا يردد نوابت**

ومقولات الآخرين من

غير تدقيق أو نظر.

**** تحت مقولة (حرية**

الرأى) كم بثَّتْ

فضائياتنا من اكاذيب

ومغالطات وأكاذيب.

**** الشرق في كثير من**

توجهاته اصبح

كالدمن يمركه الآخر

وفوق اراداته.

**** الغرب يتعامل مع**

الشرق من منطلق مقولة

(صراع الحضارات).

**** الحوار (الاسلامي =**

المسيحي) مهدمة كبرى،

واكثوبة مفضوحة.

عربية. إضافة الى تهافت بعض الدول العربية والإسلامية لتطبيع العلاقات مع اسرائيل.

هذا يبين لنا قصور إعلامنا، بل وفشله فشلاً ذريعاً في تكوين رأي عام اسلامي صحيح تجاه قضايانا وما يواجهنا من تحديات، بل نجد اعلامنا للأسف الشديد يهيء الرأي العام العربي والإسلامي لقبول العولة باعتبارها قدرنا، علينا أن نسلم به، وهناك من يضلل الرأي العام، ويصور العولة بأنها خير ولا شر فيها، وهناك أيضاً من يضلل الرأي العام بشأن أهداف الحوار الإسلامي المسيحي الذي فُرض علينا من قبل الآخر، بل يعتبرون رفض الحوار الإسلامي المسيحي تعطيلاً لجهاد الكلمة والبيان، فلم يظهروا الأهداف الحقيقية من هذا الحوار، التي أعلنها الكنسيون أنفسهم والمنصرون في مؤتمراتهم، وهي العمل على تنصير المسلمين، وقد أعلن هذا بابا الفاتيكان في المجمع المسكوني الثاني عام ١٩٦٥م الذي دعا فيه الى الحوار الإسلامي المسيحي فلقد أعلن أنه سيتم استقبال الألفية الثالثة بلا إسلام [١٧]

فهم ينظرون الى الحوار كوحدة واحدة منفردة، ويعزلونها عما يحدث في الساحة من أحداث، وعما يصح به من تصريحات من قبل البابا، وما يقوم به من أعمال، وكذلك ما يناقش في مؤتمرات التنصير والاستشراق وجميعها تمثل جهات الحوار، والقول «إن رفض الحوار إلقاء لتهجبة القرآن الكريم، وتعطيل لجهاد الكلمة والبيان» قول جد خطير، ويصم بين طياته اتهاماً أخطر، وهو الخروج عما جاء في القرآن الكريم وتعطيل جهاد الكلمة، كما يعطي قدسية لقرار المجمع المسكوني الفاتيكاني

على التقدم والتطور، وأي رفض له يعد تخلفاً
وتقهراً إلى الوراء.

ثانياً: افتقارنا إلى وكالة أنباء إسلامية عالمية
تنافس وكالات الأنباء العالمية الغربية في سرعة نشر
وإذاعة وتصدير الخبر.

ثالثاً: انحسار دورنا الإعلامي على المستوى
العالمي لعدم امتلاكنا صحفاً عالمية، أو شبكات
تلفازية عالمية، بل بالعكس نجد محطاتنا التلفزيونية في
الغالب تعمل على نشر وإذاعة ما يصنعه اليهود
ويروجونه من أفلام ومسلسلات وبرامج، وكذلك
الصحافة، إذ يقف بعضها من قضايانا المصيرية
ومن الإسلام والإسلاميين مواقف لا تختلف عن
مواقف اليهود وحلفائهم.

رابعاً: ما قام به الإعلام الأمريكي من تمهيد
لقبول العالم بالعلوة أو بمعنى آخر «الأمركة»، وتعتبر
وكالة الاستعلامات الأمريكية الجهاز الرسمي
الدعائي للحكومة الأمريكية، وتستخدم هذه الوكالة
١٢٠٠٠ موظفاً، وتصل ميزانيتها السنوية إلى ١٧٠
مليون دولار، ويشمل نشاط الوكالة إنتاج الوثائق
والبرامج التليفزيونية للعالم الخارجي وإصدار
المجلات والرسوم الهزلية والكتب في خمسين لغة،
وإذاعة ٨٥٠ ساعة أسبوعياً من الإذاعات الموجهة
عن طريق صوت أمريكا، وإدارة المكتبات والمعارض
ومراكز الاستعلامات، وغير ذلك من ألوان النشاط
الذي يستهدف ترويج الولايات المتحدة، وأسلوب
الحياة الأمريكية، وخاصة مبادئ الليبرالية بمفهومها
الأمريكي في العالم الخارجي، وتعد الوكالة مراكزها
في ١٠٦ قطراً بالمواد الإعلامية كالمجلات والكتب

**** المنصرون
بذلوا جهدهم
وطاقتهم
لاستقبال
الالفية الثالثة
بلا اسلام.**

الثاني برئاسة البابا الذي نصت وثيقته على الحوار
مع الأديان لإتمام تنصير العالم.

إن واجب إعلامنا أن ينبه الشعوب الإسلامية
إلى أهداف هذا الحوار، وأن يوضح للمسؤولين الذين
قبلوا هذا الحوار خطورته بالكيفية التي فرض علينا
بها، وفي الظروف التي تمر بها، وكذلك يعمل على
توعية المسلمين بالقضية الفلسطينية وحقيقة اليهود
والصهيونية ويطلان المبررات التي أقاموا عليها
دولتهم، وحقيقة الشخصية اليهودية وخطورة تطبيع
العلاقات مع دولتهم، ولكننا للأسف الشديد نفتقر
إلى إعلام إسلامي واع وجاد ومدرك لخطورة ما يدبر
لنا، وما يحاك ضدنا، وذلك - في رأبي - يرجع إلى:

أولاً: إن أغلب القائمين على وسائل الاتصال في
عالمنا الإسلامي علمانيون ممن تأثروا بالغرب والفكر
الغربي، وبدا لهم كل ما يأتي من الغرب خيراً، ودليل

المنهسل (الإصدار السنوي)



وكالة أنباء «اليونيتد برس انترناشونال» وفي فرنسا أسس أحد اليهود من عائلة هافاس عام ١٨٣٥م وكالة أنباء «هافاس» التي أصبحت فيما بعد الوكالة الرسمية للدولة الفرنسية [١٩].

إضافة إلى سيطرة الصهيونية العالمية على معظم الصحف العالمية في العالم مثل صحيفة «التايمز» التي اشتراها اليهودي الأسترالي «روبرت ميردوخ»، كما اشترى «الصندي تايمز» أما في الولايات المتحدة الأمريكية فيسيطر اليهود على صحيفة «نيويورك تايمز» وهي من أشهر الصحف الأمريكية اليومية، وترجع سيطرة اليهود عليها إلى عام ١٨٩٦م، عندما انتهن اليهودي «أودلف أوشتر» فرصة وقوعها في أزمة مالية، فسارع إلى شرائها بثمن بخس من صاحبها «هنري رموند» الذي أسسها عام ١٨٤١م. وتأتي صحيفة «الواشنطن بوست» في المرتبة الثانية بعد النيويورك تايمز من حيث خضوعها للسيطرة الصهيونية، وتشتأثر «الواشنطن بوست» بأهمية خاصة بسبب انتشارها في أوساط الأجهزة الحكومية الأمريكية التي تتحكم في رسم سياسة الولايات المتحدة، وقد بلغ حجم توزيعها ٦٤٠ ألف نسخة عام ١٩٨١م، ويسيطر اليهود سيطرة محكمة على «الديلي نيوز» و«النيو يورك بوست» و«زن تايم» وغيرها، ويمتلك ويليام هيرست زوج اليهودية «فاريون ديفتر» عدة مجلات منها المجلة المنزلية الشهيرة (Good House Keeping)، كما يسيطر اليهود على الصحافة السينمائية، فمجلة «فارييتي» الفنية السينمائية نشرت نداء يحمل توقيع

والكتيبات والقصص الإخبارية ونصوص الخطب الهامة للصحف الأجنبية، ونعمل مندوبوها على التغلغل في الأوساط الثقافية وال جماهيرية في الدول المبعوثين إليها، ويسهل عليهم ذلك معرفة لغة وعادات وتقاليد البلد الموفدين إليه، والهدف من ذلك هو محاولة إيجاد الطريقة المناسبة لترويج السياسة الأمريكية في تلك المجتمعات.

خلاصة القول:

إن عملهم يقتضي منهم استطلاع الرأي العام في الدول الأجنبية، ودراسة ردود فعله المختلفة لسياسات أمريكا ومحاولة الوصول إلى أفضل الطرق لاستيعابه والسيطرة عليه [١٨].

وكما رأينا فلقد نجحت إلى حد كبير في التمهيد «للأمركة»، ولا سيما في دول العالم الثالث الذي أصبح الآن مهياً لقبولها والنزول في الآخر.

خامساً: سيطرة الصهيونية العالمية على معظم وسائل الاتصال العالمية المسموعة والمرئية والمقروءة.

إن جميع الصحف والإذاعات في العالم تعتمد في أخبارها اعتماداً كبيراً على خمس وكالات أنباء عالمية هي: رويتر في لندن، ووكالة الأنباء الفرنسية في باريس، ووكالة تاس في موسكو، ووكالة تي الاسوشيتد برس، واليونيتد برس انترناشونال في الولايات المتحدة الأمريكية، ومعظم هذه الوكالات تسيطر عليها الصهيونية العالمية فقد أسس وكالة رويتر اليهودي «جوليوس رويتر»، ووكالة «اسوشيتد برس» التي تحولت عام ١٩٠٠م إلى شركة شملت معظم الصحف والمجلات الأمريكية التي كان معظمها واقعاً تحت السيطرة الصهيونية. وكذلك

في الشرق الأوسط هي انتخاب ٥٠ عضواً في الكونجرس يؤمنون بأن بقاء إسرائيل هو أفضل ضمان لمصالح أمريكا هناك».

«الإيمان بإسرائيل يقوي الولايات المتحدة».

هذا ويسيطر اليهود الصهاينة على العديد من الصحف والمجلات الأسبوعية الأمريكية، وكذلك شؤون الأموال والأعمال، ونلاحظ أن اليهودي الأسترالي «روبرت ميردوخ» يمتلك بعض الصحف والمجلات الأمريكية إلى جانب امتلاكه لصحيفة التايمز اللندنية، والصنديا تايمز، وعدداً من المجلات البريطانية، كما يسيطر اليهود الفرنسيون على عدد من الصحف والمجلات الفرنسية الهامة رغم أن عدد الجالية اليهودية بفرنسا لا يزيد عن ٧٠٠ ألف يهودي».

كما يسيطر اليهود على أكبر وأشهر شبكات التلفزيون الأمريكية، وهي:

«شبكة تلفزيون A.B.C، وذلك من خلال

رئيسها اليهودي «ليونارد جونسون».

«شبكة تلفزيون C.B.S من خلال رئيسها

ومالكها اليهودي «ويليام بيلي».

«شبكة تلفزيون N.B.C من خلال رئيسها

اليهودي «الفريد سلفر مان».

ولكي ندرك مدى خطورة السيطرة الصهيونية على هذه الشبكات الثلاثة يكفي أن أشير أنها تعتبر الموجه السياسي لأفكار ومواقف حوالي ٢٥٠ مليون أمريكياً بالإضافة إلى مئات الملايين في أوروبا وأمريكا اللاتينية، بل وفي جميع أنحاء العالم فهي

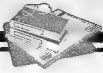
١٧٨ سينمائياً غالبيتهم من اليهود يعلنون فيه عن تبرعهم بمبالغ كبيرة لدعم الحملة الانتخابية لعدد من المرشحين للكونجرس الأمريكي من المتعاطفين مع الكيان الصهيوني، وكان النداء يحمل العناوين التالية:

«مساندة المرشحين الذين يؤمنون بإسرائيل لا يخدم اليهود، فحسب وإنما يقدم الأمريكيين أيضاً».

«إن أفضل طريقة للدفاع عن مصالح أمريكا

**** بكل أسف،
نفقنا إلى اعلام
اسلامي واع وجاد
ومدرك لخطورة ما
يدبر لنا.**

**** الاعلام الاوروبي
والامريكي تشويه
مقصود لصورتنا...
واعلامنا تخدير
لشبابنا.**



ثبت أنه لا وجود لها، وذلك لاستدرا العطف عليهم، وإشغال الرأي العام العالمي بخاصة الأمريكي بقضيتهم، وإقناعهم بعدتها [٢١].

ولم يكف اليهود بالسيطرة على الصحافة والتلفزيون والسينما، بل امتدت أذرع الأخطبوط الصهيوني إلى المسارح أيضاً، وتحكمت في توجيهها، كما سيطر اليهود الصهيانية على كبريات دور النشر والطباعة في العالم.

وقد استغل الصهاينة الإعلانات التجارية استغلالاً بشعاً في الإساءة إلى العرب والمسلمين، ويتفنن اليهود المسيطرون على غالبية وكالات الإعلانات العالمية في إظهار العربي في اعلاناتهم بصورة الهمجي، أو الأبله، أو الفارق في شهواته.

ما معنى هذا ؟

معناه أن وسائل الاتصال التي تتحكم في تكوين الرأي العام العالمي تجاه الحوادث والقضايا الدولية، تتحكم فيها الصهيونية أي أن الرأي العام العالمي متكون من وجهة نظر الصهيونية العالمية في المقام الأول ثم من وجهة نظر الأمريكان والإنجليز، والروس والفرنسيين، وهؤلاء معروفة أهدافهم تجاهنا وتجاه ديننا بصورة خاصة، لهذا فوكالات الأنباء المسيطر عليها اليهود تطبع أخبارنا بصفتها هي، ويمنظورها هي، ويمنظور الدول المثلة لها. وقد تنقل الخبر المتعلق بنا بصورة تخالف صورته الحقيقية، بقصد الإساءة إلينا وتشويه صورتنا وصورة ديننا، كما أنها عملت على تزوير وتزييف التاريخ لصالح اليهود والأمثلة كثيرة على ذلك منها:

تقدم برامج ومسلسلات تكسب من خلالها الرأي العام الأمريكي.

كما يسيطر اليهود على السينما والمسرح والثقافة والإعلان التجاري، فتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من ٩٠٪ من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي إنتاجاً وإخراجاً وتمثيلاً وتصويراً ومونتاجاً من اليهود. وقالت صحيفة «الأخبار المسيحية الحرة» عام ١٩٣٨م عن سيطرة الصهيونية على صناعة السينما الأمريكية «إن صناعة السينما في أمريكا هي يهودية بأكملها، يتحكم فيها اليهود دون أن يئازعهم فيها أحد، ويطردون منها كل من لا ينتمي إليهم أو لا يصانعه، وجميع العاملين فيها إما من اليهود أو من صنائعهم، ولقد أصبحت هوليوود بسببهم سدود العصر الحديث حيث تنحرف الفضيلة، وتنتشر الرذيلة، وتسترخض الأعراض، وتتهب الأموال دون رادع أو وازع، وهم يرغمون كل من يعمل لديهم على تعميم وبشر مخططهم الإجرامي تحت ستائر خادعة كاذبة، وبهذه الأساليب القذرة أفسدوا الأخلاق في البلاد، وقضوا على مشاعر الرجولة والإحساس، وعلى المثل للأجيال الأمريكية، وختمت الصحيفة كلامها بقولها: «أوقفوا هذه الصناعة المجرمة لأنها أضحت أعظم سلاح يملكه اليهود لنشر دعايتهم المضللة الفاسدة» [٢٠].

هذا وقد استغل السينمائيون اليهود في أمريكا قضية اضطهاد النازية لليهود أبشع استغلال، فانتجوا عشرات الأفلام عنها، وبالفعل في دعوى الظلم الذي لحقت بهم لاستدرا العطف عليهم وابتدعوا المحارق التي نصيبها النازيون لهم والتي

من تزييفهم في التاريخ:

١ - ادعّاهم الحق التاريخي في فلسطين، وأنهم من نسل سيدنا ابراهيم عليه السلام، وأنه وعدهم بدولة تمتد من النيل الى الفرات، مع أنه ليس لهم حق تاريخي ولا في شبر واحد من أرض فلسطين، ولم يثبت تاريخياً أن اليهود أسسوا أية مدينة في فلسطين أو في الأراضي التي هاجروا إليها، وإنهم مجرد لاجئين وعابري سبيل، ولذا سموا بالعبرانيين، ومما يؤيد هذا أن جميع أسماء المدن الفلسطينية عربية بما في ذلك اورشليم وجبل صهيون، وأن مملكة داود وسليمان التي يتفاخرون بها لم تكن تشمل غير يهوذا أو السامرة فقط. وأن التوراة التي اعتمدوا عليها في مزاعمهم بالحقوق التاريخية محرفة، وليست توراة موسى عليه السلام، وإنما كتبها عزرا الوراق من ذاكرته أثناء السبي البابلي، وأن التوراة كتبت على مدى ١١٠٠ عام، وهذا ما أثبتته علماء الغرب أنفسهم عند وضعهم التوراة تحت مجهر النقد التاريخي [٢٢]، وقد أكدت هذا الكشف الأثرية في تل العمارنة في مصر، وكشوف فريدريك بليس في تل الحصى جنوب القدس، وكشوف فنسنت على تل الكمة على جبل صهيون، فلقد ثبت أن اليهود لم يكونوا أول من سكن فلسطين والقدس، وأنهم انتزعوها من سكانها المحليين [٢٣]، وأن الهيكل السليماني الذي يريدون هدم بيت المقدس من أجله لا أثر له، إذ أحرق تماماً إثر هجوم تيتس الروماني لفلسطين عام ٧٠م، ولم يبق له أثر، وأثبتت ذلك الكشف الأثرية [٢٤]، كما ثبت بطلان دعواهم

المنهمل (الإصدار السنوي)

بأن سيدنا ابراهيم وعد بأن يكون لنسله من اليهود دولة تمتد من النيل الى الفرات [٢٥].

أيضاً أثبت العالم الأنثروبولوجي البريطاني «جيمس فنتون» في دراسة له على يهود بني اسرائيل أن ٩٥٪ من اليهود الحاليين ليسوا من بني اسرائيل التوراة، وإنما أجنبي أو مختلطون.

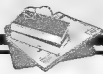
ومع هذا وبالرغم من ثبوت بطلان مزاعمهم في الحقوق التاريخية، وبالرغم من أن القوانين الدولية لا تقر بالمطالبة بالحقوق التاريخية بعد مرور آلاف من السنين، ولو سلمنا جدلاً بأن يهود بني اسرائيل حقاً في فلسطين فأين هم أولئك اليهود الذين ذكروا من قبل؟ لا وجود لهم، فيهود العالم الموجودون الآن هم من يدينون باليهودية، ولكنهم ليسوا من بني اسرائيل [٢٦].

٢ - زعمهم أن لهم حقوقاً في المدينة المنورة وخيبر، وقد ثبت من دراسة قمتُ بها أن اسم يثرب لأحد العمالق، وهو يثرب بن قانية، وأنها تأسست عام ١٨٠٠ ق م، وأن الحفائر الأثرية أثبتت أن اليهود لم يدخلوا شمال الجزيرة العربية إلا في الفترة من القرن الأول إلى الرابع الميلادي [٢٧].

كما تبين أن الأوس والخزرج كانوا أسبق من اليهود في سكنى يثرب خلاف ما ذكره المؤرخون القدامى والمعاصرون باستثناء ابن كثير [٢٨].

٣ - تزييفهم التاريخ بادعائهم الآن أن لهم حقاً في الكعبة، لأن جددهم ابراهيم كان قد بناها مع أنهم أسقطوا رحلته الى مكة في توراتهم [٢٩].

وهذا يبين لنا أن المخطط الصهيوني الآن هو الاستيلاء على مدن المقدسات الإسلامية القدس



**** بسبب غياب وكالة أنباء إسلامية وعربية موحدة، أصبحنا نتلقى الخبر ومصطلحاته من غيرنا.**

قانا، وفي مخيمات صبرا
وشاتيلا، واعتقالها للشيوخ
والأطفال، وضربها للمواقع
المدنية في لبنان، وتدميرها
للبنية التحتية للبنان،
وتحويلها مدينة بيروت إلى
مدينة مظلمة في البرد
القارس بضررها محطات
الكهرباء بها، وكذلك غرض
طرف هذه المنظمات عن كل
انتهاك من قبل الدول الغربية
المسيحية لحقوق الإنسان

المسلم في البوسنة والهرسك والبلقان والشيخان
وغيرها من بقاع العالم.

٤ - صور الروس جهاد الشعب الشيشاني في
سبيل حصوله على استقلال إرهاباً، كما ضل
الروس الرأي العام حول قضية الشيشان، زاعمين
أنها مسألة داخلية، وأن المسلمين الشيشان يشكلون
أقلية إسلامية مع أن تاريخ هذه المنطقة وهي بخارى
الكبرى يقول لنا: إنها منطقة إسلامية قد دخلت في
الإسلام منذ أن بدأ فتحها في عهد سيدنا عمر بن
الخطاب رضي الله عنه، ثم في عهد سيدنا عثمان بن
عقّان رضي الله عنه، واكتمل فتحها في سنة ٩٤هـ،
٩٥هـ على يد قتيبة بن مسلم الباهلي، وكان من
ضمنها بلاد الشاش، وظلت دولة إسلامية إلى أن
احتلت روسيا القيصرية بخارى الكبرى في النصف
الثاني من القرن التاسع عشر أي في نفس الفترة
التي تم فيها الاحتلال البريطاني لمصر، والفرنسي

والمدينة المنورة، ومكة المكرمة، وتهويد القدس تمهيداً
للاستيلاء على باقي المقدسات الإسلامية.

٤ - دورهم في تحريف الديانة المسيحية،
ومحاولتهم إزالة دور اليهود في محاولة قتل المسيح
عليه السلام وصلبه من كتب الدراسة في المدارس
المسيحية في أمريكا، بل تمكنوا من جعل البابا يعلن
في المجمع الفاتيكاني الثاني الذي عقد عام ١٩٦٥م
براءة اليهود من دم المسيح عليه السلام.

ومن تضليلهم :

١ - محاولاتهم إلغاء الجهاد في سبيل الله
بوصفهم جهاد الفلسطينيين داخل الأراضي المحتلة
إرهاباً.

٢ - قصر فرض العقوبات الدولية على البلاد
العربية والإسلامية بإلباسها عبادة الإرهاب واستثناء
إسرائيل من قائمة الدول التي تمارس الإرهاب، مع
أنها أكثر دول العالم إرهاباً.

٣ - التدخل في شؤون الدول العربية والإسلامية
عن طريق منظمات حقوق الإنسان ومنظمة العفو
الدولية بزعم اختراق هذه الدول لحقوق الإنسان، في
حين نجد إسرائيل لا تتعرض لها هذه المنظمات لا
من قريب ولا من بعيد مع أنها أكثر الدول اختراقاً
لحقوق الإنسان، ويكفي تشريد الملايين من
اللاجئين الفلسطينيين، وهدمها بالقوة الجوية
الفلسطينيين داخل الأراضي المحتلة لإقامة
مستوطنات يهودية عليها، وقتلها للأطفال الأبرياء في
داخل الأراضي المحتلة، وفي مدرسة بحر البقر في
مصر، والمذابح التي أقامتها في دير ياسين، وفي

**** معظم القنوات العربية تنافس في تمهيش وتضليل الانسان العربي.**

للمغرب العربي، ومنذ احتلالهم لها سعوا في تجزئتها وتفتيتها الى ولايات، وإزالة اسم بخارى الكبرى من الخريطة، وسعى الإعلام الروسي في تضليل الرأي العام، وإيهامه أن الشيشان جزء من دولة روسيا، واصفين مقاومة الشيشان للاحتلال الروسي

إرهاباً، وللأسف الشديد نجد المسلمين انخدعوا بهذا التضليل حتى في مناهجنا الدراسية لمادة الجغرافيا درس لنا إقليم بخارى الكبرى «تركستان» كأحد أقاليم الاتحاد السوفيتي من روسيا، وكذلك لم يدرس لنا تاريخ هذه المنطقة، وكيف كانت ضمن الدولة الإسلامية، ولعل هذا يفسر لنا الموقف السلبي الذي وقفته الشعوب الإسلامية تجاه تصفية روسيا للمجاهدين الشيشان، وتدمير جروزني وقراها، وخروج مئات الألوف منها كلاجئين.

٥ - إلصاق الإرهاب بالإسلام والإسلاميين، وما أن تحدث أية عملية إرهابية في أية جهة في العالم حتى تتوجه على الفور أصابع الاتهام الى العرب والمسلمين، وأقرب مثل لذلك الهجوم الذي تعرضت له الولايات المتحدة الأمريكية في مدينتي «نيويورك» و«واشنطن» في الثالث والعشرين من شهر جمادى الثانية عام ١٤٢٢هـ الموافق الحادي عشر من شهر سبتمبر عام ٢٠٠١م، وجهت على الفور أصابع الاتهام للعرب والمسلمين، وتعرضت بعض النساء

المسلمات المحجبات في نيويورك وفلوريدا وغيرها الى السب والشتم واللعن، وتعرض بعض المسلمين للقتل، وهوجم مسجد الفاروق بهيوسن، وتعرض لضرب السلاح، وألغيت صلاة الجمعة في مسجد كبير في واشنطن في الأسبوع الأول من الأحداث، وهوجم أحد المساجد من قبل السلطات الأمنية، وأوقفوا خطبة الجمعة بحجة إلقاء بعض التعليمات، وبعد انتهاء الصلاة تعرض المصلون للاستجواب عند خروجهم من المسجد، كما أحرقت مطاعم وخربت متاجر بعض المسلمين في نيويورك، وبعض المدن الأخرى.

ولللأسف الشديد فلقد فشل إعلام الدول الإسلامية في تحسين صورة العرب والمسلمين في الغرب ليس هذا فحسب، بل أضحت الحكومات في البلاد العربية الإسلامية تخشى من الإسلاميين، وأصبح الإسلاميون يهاجمون من قبل بعض الكتاب العرب المسلمين، وتارة يصفونهم بالإرهابيين، وتارة أخرى يصفونهم بالإفلاس الفكري وعدم القدرة على الإبداع والابتكار، وأنهم يستولون من الغربيين خلاصة أفكارهم ويضعون عليها عمامة إسلامية، وتارة ثالثة يصفونهم بالجمود والجهل والتحجر والتخلف.

٦ - العمل على تغييب اسم الإسلام، واستبداله بمصطلح «الأصولية»، وقد حدث هذا بالفعل في مؤتمر «مائة عام على تحرير المرأة» الذي عقد في القاهرة، ولم يكتفوا بهذا، إذ وجدناهم يصورون الإسلام من وجهة نظر الجماعات الإرهابية،



ومضايقتهم، بل بعضهم تعرض للقتل، والبعض الى تخريب ممتلكاته، فهم يعيشون في رعب وخوف وقلق، ويات معظمهم ملازمون منازلهم، ولا يخرجون منها إلا للضرورة، ولا يستطيعون استخدام وسائل المواصلات العامة، إضافة الى تعرض أي عربي يسافر الى أي بلد أوروبي أو أمريكي، أو حتى آسيوي الى الاعتقال والاستجواب، أي أصبح جميع العرب ولا سيما السعوديين عرضة الى الاعتقال والاستجواب، وكان على الإعلاميين العرب أن يكونوا وقد رفيع المستوى يطوف الولايات المتحدة الأمريكية، والدول الأوربية بين عدم مسؤولية العرب والمسلمين عن أحداث نيويورك وواشنطن، وأن الإسلام يدين الإرهاب بكل صورته وأشكاله ويدين قتل الأبرياء.

كما نجد الإعلام في البلاد الإسلامية عاجزا عن مواجهة التحديات التي تواجه أمتنا، ونجده أيضا فاشلا في بناء الإنسان المسلم بناء صحيحا فعلى الرغم من كثرة القنوات الفضائية العربية إلا أننا نجد معظم هذه القنوات تتنافس فيما بينها في تقديم برامج تهدف إلى تهيش الإنسان العربي وتسليحه، معتمدة على جمال المذبةغة، وما يزين وجهها من مساحيق، وما ترتديه من ملابس ضيقة جدا تبرز مفاتن جسدها وتكشف مساحة كبيرة منه لقتال أكبر قدر من المغازلة من الشباب على الهواء، وتقديم أغان لا تخلو من اللاني يتلوين كالأفاعي، وقد كشف عن بطونهم وصدورهم، وارتدين البنطلونات الضيقة المثيرة للفتنة، أو تقديم المسلسلات المكسيكية المذبذبة

ويسخرون من المحجبات في المجلة التي كانت تصدر عن المؤتمر، ويصفون المسلمات المحجبات، بالتشويش على الفكر الآخر وعدم الالتزام بأصول وقواعد الحوار، مع أن العلمانيين والعلمانيات هم الذين كانوا يشوشون على مداخلات الإسلاميات، وكانت المنصة تصادر أراهن، ولا تسمح لهن بمواصلة الحديث.

٧ - تضليل الإعلام حول أسباب سقوط الطائرة المصرية، والإدعاء باطلا أن أسباب سقوط الطائرة انتحار الطيار، أو لنشوب خلاف بين الطيار ومساعدته، وذلك ليصرفوا النظر عن الأسباب الحقيقية التي كانت وراء سقوط الطائرة من جهة، وليشوهوا صورة الطيار المصري من جهة أخرى.

واقع الإعلام الإسلامي :

إن واقع الإعلام الإسلامي مؤسف للغاية - فكما رأينا - بات يخدم أهداف أعدائنا بدون قصد، ويساعدهم في تكوين رأي عام عربي وإسلامي لقبول ما يخطط لهيدم كياناتنا وذواتنا في الآخر فكرا وعقيدة، فهو ينقل لنا الأخبار والأحداث وفق ما تصيفه وكالات الأنباء العالمية، وأقرب مثل ما يحدث الآن على الساحة بعد الهجوم الإرهابي على الولايات المتحدة الأمريكية، فإعلامنا يريد الاتهامات التي وجهتها أجهزة الإعلام الصهيونية للعرب والمسلمين، ويراه يقف عاجزا عن الرد على هذه الاتهامات ويحضرها. ونتيجة لهذا تعرض الملايين من المسلمين الذين يعيشون في أمريكا وأوروبا الى غضب العامة

التي تقوم فيها العلاقات غير الشرعية بين
شخصيها، والتي ترتدي المثلثات فيها الملابس
القصيرة جدا، وهي تنظر الى الإنسان نظرة مادية
بحتة، وتجعل الغريزة الجنسية هي المسيطرة على
السلوك الإنساني لكل من الرجل والمرأة، أي أنها
تقوم على القروية، وكل هذه البرامج تثير الغريزة
الجنسية في شبابنا، فهي تسهم في هدم الإنسان
أكثر من إسهامها في بنائه.

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى نجد الإعلام
الإسلامي يفتقر الى مخاطبة الغرب المسيحي،
وتصحيح صورة الإسلام الذي دأب الاستشراق على
مدى قرون عديدة في تشويه صورته، وصورة
المسلمين، وأكدت على تشويهها أجهزة الإعلام التي
تسيطر عليها الصهيونية، وما تعرض له المسلمون
في أوروبا وأمريكا من اعتداءات ومضايقات نتيجة
لذلك. كما يفتقر الى تكوين رأي عام عالمي سليم
تجاه قضايانا المصرية، وتجاه الحضارة الإسلامية،
والتاريخ الإسلامي. هذا باختصار شديد واقع
إعلامنا الإسلامي، فماذا عن مستقبله؟

مستقبل الإعلام الإسلامي :

على الإعلاميين في عالمنا الإسلامي مسؤوليات
جسام على جميع الأصعدة، وفي مقدمة هذه
المسؤوليات:

أولا : علينا أن نتناسى كل الخلافات التي بيننا،
وأن نجتمع كلمتنا ونوحد صفوفنا، وأن نتخذ مواقف
موحدة تجاه قضايانا.

المنهل (الإصدار السنوي)

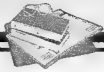
ثانيا : الالتزام بميثاق جاكارتا للإعلام الإسلامي.
ففي الحادي والعشرين من شهر شوال عام
١٤٠٠هـ الموافق ١ سبتمبر عام ١٩٨٠م عقد المؤتمر
الأول للإعلام الإسلامي في جاكارتا بأندونيسيا،
وشارك فيه ما يقرب من ٤٥٠ شخصية إعلامية
إسلامية من مختلف أنحاء العالم يمثلون كافة أشكال
وسائل الإعلام الإسلامي، وقد أقر هذا المؤتمر ميثاق
الشرف الإعلامي الإسلامي،

وجاء في المادة الأولى من هذا الميثاق الآتي: الالتزام :

- أ - بتدريس الإيمان بقيم الإسلام ومبادئه
الخلقية.
- ب - بالعمل على تكامل الشخصية الإسلامية.
- ج - بتقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب
الإسلامية.
- د - بتبيين واجباته تجاه الآخرين وبحقوقه
وحرياته الأساسية.

وجاء في المادة الثانية الآتي:

- يعمل الإعلاميون على جمع كلمة المسلمين،
ويدعون الى التحلي بالعقل والأخوة الإسلامية
والتسامح في حل مشكلاتهم، ويلتزمون:
- ١ - بمجاهدة الاستعمار والإلحاد في كل أشكاله
والعنوان في شتى صوره والحركات الفاشية
والعنصرية.
- ٢ - بمجاهدة الصهيونية واستعمارها
الاستيطاني المدعم بأشكال القمع والقهر التي
يمارسها العدو الصهيوني ضد الشعب الفلسطيني
والشعوب العربية.



ونشرها بين أبناء الأمة الإسلامية، وبالأخص بين الأقليات الإسلامية.

وبإحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة... ويتعهدون بالمجاهدة من أجل تحرير فلسطين وفي مقدمتها القدس وكافة الأقطار الإسلامية المضطهدة. ويلتزمون بتثبيت فكرة الأمة الإسلامية المنزهة عن الإقليمية الضيقة والتعصب العنصري والقبلي واستنهاض الهمم لمقاومة التخلف في جميع مظاهره وتحقيق التنمية الشاملة التي تضمن للأمة الازدهار والرفي والمناعة [٣٠].

هذا هو ميثاق جاكركا للإعلام الإسلامي، وعلى الإعلاميين في عالمنا الإسلامي الالتزام به، وكذلك الالتزام بتوصيات وقرارات هذا المؤتمر لمواجهة التحديات التي تواجه أمتنا الإسلامية.

على أصحاب رؤوس الأموال العرب والمسلمين العمل على الآتي:

١ - العمل على إنشاء وكالة أنباء عالمية إسلامية على مستوى وكالات الأنباء العالمية لتتوير الرأي العام العالمي بحقائق تسعى وكالات الأنباء الأجنبية التي تسيروها الصهيونية العالمية لطمسها وتضليل الرأي العام العالمي، وتأييده ضد المسلمين والعرب، وتشويه صورتهم.

٢ - إصدار صحف عالمية إسلامية، وبث قنوات فضائية بمختلف اللغات الأجنبية توضح للرأي العام

٣ - باليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام.

وجاء في المادة الثالثة الآتي:

يلتزمون:

١ - بالتدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض لحماية للأمة الإسلامية من التأثيرات الضارة بشخصيتها الإسلامية وقيمها ومقدساتها ودرء الأخطار عنها.

٢ - بأداء رسالتهم في أسلوب عف كريم حرصاً على شرف المهنة، وعلى الآداب الإسلامية فلا يستخدمون ألفاظاً نابية ولا ينشرون صوراً خليعة، ولا يتعاملون بالسخرية والطعن الشخصي والقذف والسب والشتم وإثارة الفتن، ونشر الشائعات وسائر المهارات.

٤ - بالامتناع عن إذاعة ونشر كل ما يمس الآداب العامة أو يوحى بالانحلال الخلقي، أو يرغب في الجريمة والعنف والانتحار، أو يبعث الرعب، أو يثير الغرائز سواء بطريق مباشر أو غير مباشر.

٥ - بالامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجاري في حال تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم الإسلامية.

وجاء في المادة الرابعة الآتي:

يلتزمون بنشر الدعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية، والدفاع عنها، وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض، والاهتمام بالتراث الإسلامي والتاريخ والحضارة الإسلامية، ومزيد العناية باللغة العربية، والحرص على سلامتها

العالمي قضايانا المصيرية، وتاريخنا الإسلامي المشرف، وحضارتنا الإسلامية التي تعد أرقى الحضارات الإنسانية، فأعلامنا حتى هذه اللحظة لا يزال يخاطب نفسه، ولم توجد الى الآن لغة حوار بيننا وبين الغرب، فالصهيونية العالمية لا تزال هي التي تسيطر على الرأي العام العالمي وتوجيهه لتحكمها في معظم وكالات الأنباء العالمية، والصحافة العالمية وشبكات التلفاز العالمية، وكذلك في السينما والمسرح.

٢ - إنتاج أفلام سينمائية تاريخية ضخمة، تدبلج بمختلف اللغات توضح روعة تاريخنا الإسلامي، وعظمة الإسلام وسماحته، كما تركز على إنجازات العلماء المسلمين في مختلف مجالات العلم والمعرفة، كما تركز على القضية الفلسطينية، والمذابح التي أحدثها الإسرائيليون في دير ياسين، وقانا، وصبرا وشاتيلا، وما يحدثونه الآن من جرائم بشعة في الأراضي المحتلة، وما أحدثوه من جرائم خلال خمسين عاماً، وعن استشهاد الطفل محمد الدرة وغيره من الأطفال، وكذلك إنتاج أفلام سينمائية مماثلة عن القضية الشاشانية، والألبانية، وقضية البوسنة والهرسك، وعن ما تلاقيه الأقليات الإسلامية من اضطهاد في القلبيين، وسيرلانكا، وغيرها.

٤ - الاهتمام بالأقليات الإسلامية الموجودة في مختلف أنحاء العالم، ولا سيما في أوروبا والأمريكتين، والعمل على جعلها مراكز إشعاع حضاري للعالم، وتوجه لها برامج في القنوات الفضائية المقترح إنشاؤها، بإعداد برامج عن تعليم

اللغة العربية لغير الناطقين بها، وبرامج توضح لهم أمور دينهم، وتربطهم بأوطانهم، وتحكي لهم تاريخهم، وتسهم في حل ما يواجههم من مشكلات.

٥ - على القنوات الفضائية العربية الخاصة الالتزام بميثاق جاكارتا للإعلام الإسلامي حفاظاً على بناء الشخصية الإسلامية للإنسان المسلم بناء سليماً، وحفاظاً على القيم الخلقية.

٦ - إنشاء دور نشر تهتم بترجمة كتب التراث الإسلامي والحضارة الإسلامية، والتاريخ الإسلامي، والثقافة الإسلامية الى مختلف لغات العالم، وتوزيعها في أوروبا والأمريكتين على وجه الخصوص.

وهكذا نجد أن مسؤولية كبرى تقع على عاتق أصحاب القنوات الفضائية العربية الخاصة، وعلى غيرهم من أصحاب رؤوس الأموال الضخمة من العرب والمسلمين، وهذه مسؤولية يوجبها عليهم ديننا الإسلامي، فالأمة الإسلامية تمر بظروف حرجة، والرأي العام الغربي مضلل تجاه قضايانا من قبل الصهيونية العالمية التي تسيطر على معظم وسائل الإعلام الغربي، وصورة الإنسان العربي المسلم مشوهة في العالم الغربي.

وإنني أتساءل لماذا يقف الأثرياء العرب هذا الموقف السلبي تجاه أمتهم، فنحن مليار مسلم عاجزون حتى الآن عن تكوين مؤسسات إعلامية عالمية في حين أن يهود العالم الذين لا يزيد عددهم عن ثلاثة عشر مليوناً، يمتلكون معظم وكالات الأنباء العالمية والصحف وشبكات التلفاز والسينما العالمية؟



(١٣) جريدة الشرق الأوسط، العدد ٧٥٣١، الصادر يوم الاثنين الموافق ١٢/٧/١٩٩٩م.

(١٤) د. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام ص ٣٦٠.

(١٥) نجيب عقيقي: المستشرقون، الجزء الثاني، ص ٩، ط ٤، دار المعارف، القاهرة، مصر.

(١٦) د. سعد المولى: الحوار الإسلامي المسيحي ضرورة المغامرة، ص ١٢٨، ط ١، سنة ١٤١٦هـ.

١٩٩٦م، دار المنهل اللبناني، بيروت - لبنان.

(١٧) د. زينب عبد العزيز: الفاتيكان والإسلام.

(١٨) د. مختار التهامي: الرأي العام والحرب النفسية، الجزء الثاني: الأيديولوجيا والدعاية، ص ٢٤، ٣٥، دار المعارف، مصر.

(١٩) فؤاد بن سيد عبد الرحمن الرقاعي: النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية، ص ١٢، ١٣، مكتبة زهران، القاهرة.

(٢٠) المرجع السابق: ص ٣٧، ٣٨.

(٢١) المرجع السابق: ص ٣٩.

(٢٢) أحمد طاهر: الأناجيل دراسة مقارنة، ص ١١، دار المعارف، القاهرة.

(٢٣) كارين أرمسترنج: القدس مدينة واحدة ثلاث عقائد، ص ٥٨١، ٥٨٢.

(٢٤) د. ليلى حسن سعد الدين: [مثل الذين حُمِلوا التوراة]، ص ١٢١، ١٢٢.

(٢٥) سهيلة زين العابدين حماد: وماذا بعد... يا قدس! بحث لم ينشر بعد.

(٢٦) د. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص ٣٥٥ - ٣٥٧.

ولكننا أمل أن يدرك هؤلاء مسؤولياتهم الدينية والوطنية.

الهوامش :

(١) ابن منظور: لسان العرب بتصرف.

(٢) د. عمارة نجيب: الإعلام في ضوء الإسلام، ص ١٦، ط ١ سنة ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م، مكتبة المعارف، الرياض - المملكة العربية السعودية.

(٣) المرجع السابق: ص ١٦.

(٤) المرجع السابق: ص ١٧.

(٥) د. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص ١٢٩، ط ١، سنة ١٤٠٣هـ - ١٩٨٣م، مكتبة الخانجي بالقاهرة - دار الرفاعي بالرياض.

(٦) المرجع السابق: ص ٢٥٩، ٢٦٠.

(٧) المرجع السابق: ص ٢٦٠.

(٨) المرجع السابق: ص ٢٦١.

(٩) سورة البقرة آية ١٥٩.

(١٠) سورة البقرة آية ٢٥٦.

(١١) كان هذا الكتاب مجموعة محاضرات ألقاها جوتية عام ١٩٠٧ - ١٩٨٠م بمدرسة الآداب العليا بالجزائر، ثم صارت كلية، وكان عنوان المحاضرة «الفلاسفة المسلمون والإسلام» (د. محمد الفيومي: الاستشراق رسالة الاستعمار)، ٢٣٦، دار الفكر العربي، القاهرة ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.

(١٢) د. أكرم العمري: موقف الاستشراق من السنة والسيرة النبوية، ص ٥٧، مجلة مركز بحوث السنة والسيرة، العدد الثامن، سنة ١٤١٠هـ - ١٩٩٠، جامعة قطر.



الإعلام الديني والأمة

العزة والتمكين، والنصر والتأييد، والقوة والاعتصام، والسيادة والقيادة، يوم عرفت أمة سيدنا محمد ﴿صلى الله عليه وسلم﴾ مكانتها بقول الله تعالى لها: ﴿وكذلك جعلناكم أمة وسطاً لتكونوا شهداء على الناس ويكون الرسول عليكم شهيداً﴾ (البقرة/ ١٤٣). وعرفت مهمتها وأسمى خصائصها بقوله تعالى: ﴿كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله ولو آمن أهل الكتاب لكان خيراً لهم﴾ (آل عمران/ ١١٠).

من هنا تتضح أهمية هذا الموضوع «الإعلام الديني» أي الإعلام بالدين الإسلامي، وليس بأي دين من الأديان الأخرى المحرفة التي فقدت عصمتها منذ أن طالتها أيدي الذين يحرفون الكلم من بعد مواضعه، إنما المقصود هنا الإعلام بالدين الإسلامي الذي ارتضاه الله سبحانه للعالمين ديناً لا يقبل سواه

تأتي أهمية هذا الموضوع من الأهمية الكبرى لدين الإسلام العظيم، وعالية رسالته، وذلك منذ بزوغ فجره ليبدد دياجير الظلام ومنذ إشراقة شمسهِ على الدنيا ببعثة نبيه سيدنا محمد ﴿صلى الله عليه وسلم﴾ يوم أن قال الله سبحانه له: ﴿يا أيها النبي إنا أرسلناك شاهداً ومبشراً ونذيراً وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً﴾ (الأحزاب/ ٤٥)، (٤٦)، ويوم أن قال للبشرية أجبني داعي الله لتخرجني من الظلمات إلى النور، من ظلمات الشرك والضلال والجهل، والحيرة والتخبط، إلى نور الإيمان والتوحيد، والهدى والعلم، والاستقامة واليقين. من ظلمات الذلة والمسكنة، والتمزق والتفرق والتبعية، إلى نور

بقلم: د. علي بن جبرير الدومري

عضو هيئة التدريس بجامعة الملك سعود
- الرياض -

المنشور (الإصدار السنوي)

المرتقب

يزعمون أنها تبشيرية. وهم كما قال الله فيهم [قد
ضلوا من قبل وأضلوا كثيراً وضلوا عن سواء
السييل].

وهنا أقول: إذا كانت تلك جهود أهل الباطل في
نشر باطلهم عبر وسائل الإعلام، أفليس من الواجب
على أهل الحق والدين الصحيح المسارعة إلى
استخدام وسائل الإعلام في نشر الدين الإسلامي
انطلاقاً من العقيدة الصحيحة ونشراً لأخلاقيات
الإسلام وآدابه وسلوكياته؟ أليس من الواجب أيضاً
على أهل الحق مقارعة أهل الباطل الحجة بالحجة
عبر الوسائل الإعلامية المعاصرة؟

إن لنا في رسول الله سيدنا محمد (صلى الله
عليه وسلم) أسوة حسنة، إذ لم يكن عليه الصلاة
والسلام ليتردد في استخدام الوسائل التي كانت
موجودة في عهده لنشر الإسلام أولاً، والدفاع عن
الإسلام وأهل الإسلام ثانياً؛ وذلك بعد أن فرغها من
المفاهيم الجاهلية وهذبها بالمفاهيم الإسلامية
بالإضافة إلى الوسائل الجديدة التي ظهرت بظهور
الإسلام؛ فهناك الأذان وصلاة الجمعة والجماعة
والأعياد وجماعات الحج في موسم الحج، كما
ظهرت وسيلة الرسائل النبوية لتمثل صورة رائعة من
صنوع الإعلام الدولي حيث بعث بها النبي (صلى الله
عليه وسلم) إلى ملوك الأرض من عرب وعجم ورؤساء
القبائل وأميرائها. أما الخطابة فقد كانت مكان
الصدارة في تلك الوسائل كلها إذ أن رسول الله

[ومن يبتغ غير الإسلام ديناً فلن يقبل منه وهو في
الآخرة من الخاسرين] (آل عمران/ ٨٥).

إن الباحث المتأمل لواقع الإعلام المعاصر يرى
أن الوسائل الإعلامية في المجتمعات غير الإسلامية
قد انطلقت من عقائد فاسدة وخلفيات فلسفية ضالة،
كما هو الشأن في الإعلام الشيوعي الذي يستمد من
العقيدة الماركسية اللينينية ذلك المذهب الإلحادي
والفكر الفلسفي المنحرف، أو الإعلام الغربي الذي
ينطلق من مفهوم الحرية الفردية المنفلتة بغير قيود
ولا حدود والتي طبعت أغلب الوسائل الإعلامية
بطابع الإباحية والفوضى الحيوانية. كما يلاحظ
أيضاً أن القائمين على الدعاية للأديان المحرفة عن
الحق إلى الغلو والضلال ممن يوصفون بأنهم
مبشرون قد اتخذوا من وسائل الإعلام مطية طيبة
لنشر ضلالاتهم والدعاية لترهاتهم وأهوائهم وغلوهم،
مما قد حذر الله منه أهل تلك الديانات بقوله تعالى
[قل يا أهل الكتاب لا تغلوا في دينكم غير الحق ولا
تتبعوا أهواء قوم قد ضلوا من قبل وأضلوا كثيراً
وضلوا عن سواء السبيل] (المائدة/ ٧٧). فلقد
استخدم المنصرون الغربيون إذاعات تبشيرية خاصة
وقنوات تليفزيونية فضلاء عن الصحف والانترنت
وغيرها من الوسائل لنشر حملاتهم التنصيرية التي

ولتقف أيضاً مع مبادرة الرسول (صلى الله عليه وسلم) الى مقارعة الأعداء الحجة بالحجة وفي وقت الحدث وأمثلة ذلك كثيرة تكفي بتلك المواجهة على الهواء مباشرة بين ابي سفيان وبين كبار الصحابة عقب معركة أحد التي هُزم فيها المسلمون فلقد أراد أبو سفيان أن يشن حرب أعصاب كلامية على المتبقيين على قيد الحياة من أصحاب سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم)، وقد كان أبو سفيان غلب على ظنه أن النبي (صلى الله عليه وسلم) قُتل في تلك المعركة.

صعد أبو سفيان الجبل ومعه رهط من كفار قريش وأشرف على الشعب الذي فيه النبي (صلى الله عليه وسلم) جريحاً ومعه بعض كبار الصحابة على رأسهم أبو بكر وعمر رضي الله عنهما، ولم يكن أبو سفيان يعرف من اولئك نفر الذين أووا الى الشعب. فكان مما قال منادياً بأعلى صوته: أفيكم محمد؟ فلم يجبه أحد..

فقال: أفيكم أبو بكر أفيكم عمر؟ فلم يحرص النبي (صلى الله عليه وسلم) على الرد فلما قال: (أعلُ هُبُلُ.. أعلُ هُبُلُ، أمر النبي (صلى الله عليه وسلم) أن يرد عليه الصحابة: الله أعلى وأجل. فلما قال: لنا العزى ولا عزى لكم، أمر النبي (صلى الله عليه وسلم) بالرد: الله مولانا ولا مولى لكم.

هكذا إذن يتضح لنا أهمية الإعلام الديني بكل أشكاله وصوره اقتداءً برسولنا الكريم. إن المسلمين

**** على المسلمين الاستفادة الكاملة من معطيات الإسلام الحديث .**
**** المصادقية .. أقرب الطرق لوجدان المشاهد .**
**** المجتمع شرائح متنوعة، يستوجب التنوع فسي أسلوب الخطاب .**

(صلى الله عليه وسلم) وهو أخطب العرب قاطبة وأقصمهم قد عول على الخطابة كثيراً في مواجهة الجماهير منذ أن أنزل الله عليه (يا أيها المشرق فتنتر) (المدر/ ١، ٢). وقوله تعالى (يا أيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالتي) (المائدة/ ٦٧)، كما اتخذ النبي (صلى الله عليه وسلم) شعراء يدافعون عنه ويواجهون الأعداء بقصائدهم القوية التي تقع عليهم أشد من وقع الرماح والنبال وتمثل حرب أعصاب، تقل عزائم الأعداء. وشواهد ذلك كثيرة في قصائد حسان بن ثابت رضي الله عنه وكعب بن مالك وعبد الله بن رواحة رضي الله عنهم أجمعين.

المنهل (الإعداد: السري)



أحد أصحابه رضوان الله عليهم، وذلك من أجل أن يخاطبهم بما يصلح لهم فقد أرسل معاذ بن جبل رضي الله عنه إلى أهل اليمن مبلغاً عن رسول الله [صلى الله عليه وسلم] بعد أن أخبره بقوله «إنك تأتي قوماً أهل كتاب فليكن أول ما تدعوهم إليه شهادة أن لا إله إلا الله وأن محمداً رسول الله، فإن هم أجابوك لذلك فأخبرهم أن الله افترض عليهم خمس صلوات في اليوم والليلة» إلى آخر الحديث. فأخبره عن جمهور المتلقين وزوده بخلفية كافية عن دينهم والأسلوب الذي يتبعه معهم.

وهكذا كان النبي [صلى الله عليه وسلم] على معرفة بالمخاطبين برسائله فيخاطب أهل مكة بخطاب يناسبهم ويوجه الخطاب إلى الأنصار أهل المدينة بأسلوب يصلح لهم وهكذا يختلف الأسلوب في «مخاطبته لليهود وعن مخاطبته للمنافقين، وللأعراب، وقراء يوجز تارة ويوضح تارة حسب الجمهور» [٣].

إن الإعلام الديني الإسلامي ينبغي أن يكون أصيلاً أصالة الإسلام ناصعاً نضاعة الإسلام صادقاً صدق رسالة الإسلام، «يتطلب من أصول عقيدة أساسية أهمها التوحيد وإلتجاء إلى الله وحده بالعبادة. ويتحاكم هذا الإعلام إلى كتاب الله وسنة رسوله ويتبع شريعته في الحياة كلها، كما يستمد منها قيمة الأخلاقية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية» [٤].

إن الأمة الإسلامية وقد أدركت اليوم أهمية

في هذا العصر قد أتبع لهم من الوسائل الإعلامية ما يمكنهم الإعلام بالدين الإسلامي عبرها لا سيما وقد تطورت الوسائل في هذا العصر تطوراً مذهلاً حتى أصبح يطلق على العالم كله من سكان الكرة الأرضية «قرية إلكترونية صغيرة». لقد أصبح واضحاً أن «الإعلام ضرورة ماسة للمسلمين» [١].

ولكن ما يدعونا للأسف أن واقع الإعلام العربي والإسلامي لم يخدم دين الإسلام بالقدر الذي يستحقه عن طريق وسائله الإعلامية إلا ما رحم الله.

إن على الأمة الإسلامية أن تبادر إلى تحمل مسئوليتها في الإعلام بالدين الإسلامي، فتتهيأ له رجالاً مخلصين، نعم أقول رجال إعلام مخلصين لدينهم الإسلام، فإن القائمة بالإعلام الإسلامي يجب أن يكون قد أعد إعداداً مناسباً للقيام بهذه المهمة بحيث يكون ملماً بأصول الدين الإسلامي متحمساً لنشر تعاليمه ويكون - في الوقت نفسه - على علم تام بوسائل الإعلام الحديثة وأساليبه المتنوعة وذلك حتى «يمكث صياغة المنهج الإسلامي في أساليب فنية جذابة محبوبة وتقديمها عبر الأجهزة الحديثة والمتطورة» [٢].

كما يجب على القائمين بالإعلام الديني أن يكونوا على علم بالجمهور المستهدف حتى يخاطب كل

فئة من فئات الجمهور المستهدف بما يناسبها. ولقد كان النبي [صلى الله عليه وسلم] على معرفة تامة بالجماعات والأفراد الذين يخاطبهم أو يرسل إليهم

الإعلام وقامت مشكورة ممثلة في رابطة العالم الإسلامي بعقد مؤتمر الإعلام الإسلامي أصدرت في أول لقاء لهذا المؤتمر «ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي» ليكون منهاجاً نظرياً واضحاً يلتزم به الإعلاميون المسلمون - وقد تكون الميثاق من أربع مواد خلاصتها: الالتزام بتروسيخ الإيمان بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية، والعمل على جمع كلمة المسلمين والتصدي لأعداء الإسلام والمسلمين، والالتزام بالدقة فيما يذاع وينشر ويعرض للأمة الإسلامية من التأثيرات... وأداء الرسالة في أسلوب غف كريم حرصاً على شرف المهنة وعلى الآداب الإسلامية وتأتي المادة الرابعة والأخيرة في ذلك الميثاق لتلزم الإعلاميين المسلمين بنشر الدعوة الإسلامية (والتعريف بالقضايا الإسلامية والدفاع عنها وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض، والاهتمام بالتراث الإسلامي والتاريخ والحضارة الإسلامية ومزيد العناية باللغة العربية والحرص على سلامتها ونشرها بين أبناء الأمة الإسلامية وبالأخص بين الأقليات الإسلامية، وبحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن والسنة) [٥].

وختاماً فإننا نرى أن الإعلام الديني الإسلامي إذا قام به المخلصون من المسلمين وانطلق الإنطلاقة الصحيحة الأصلية ممثلاً «صوت الإسلام ولسانه

المفصل (الإمداد السنوي)

وقلمه وبيانه وكان معبراً عن عقيدته وأحكامه وشرائعه، المين لأدابه وأخلاقه» [٦]، فإنه سيصبح يتجوأ دوراً ريادياً وقيادياً ليس في مجتمع المسلمين فحسب وإنما في المجتمع الإنساني بكامله، وذلك لأنه يستمد قوته من قوة الإسلام وشموليته من شمولية رسالة الإسلام الذي وعد الله رسوله بأن يظهره على سائر الأديان ولو عاند من عاند من الأعداء وكره من كره [هو الذي أرسل رسوله بالهدى ودين الحق ليظهره على الدين كله ولو كره المشركون] . (والله غالب على أمره ولكن أكثر الناس لا يعلمون) .

نقول هذا ونعتقد أنه، لنختم هذا البحث بالبيان بأنه قد ظهرت في العالم نماذج للإعلام الديني الإسلامي الناجح، فلقد بذلت الجهود في ميدان الإعلام الديني الإسلامي ونجحت إلى حد كبير عبر الإذاعات الإسلامية وبخاصة إذاعة نداء الإسلام وإذاعة القرآن الكريم من المملكة العربية السعودية، التي أنشأها الملك فيصل رحمه الله لخدمة الإسلام والمسلمين . وذكر بدر كريم أن من أهم أهدافها إذاعة القرآن الكريم مجوداً ومرتلأ، وإذاعة ما تيسر من الأحاديث والبرامج الدينية المتعلقة بأحكام القرآن الكريم ويعلومه وتفسيره [٧] . وعبر البرامج الدينية في القنوات الفضائية المحلية والعالمية وعبر شبكات الأنترنت، أما الشريط الإسلامي فقد أصبح في هذا العصر من أقوى الوسائل في الإعلام الديني سواء كان شريطاً مسموعاً أو مصوراً . كما



(٤) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٤٠٥هـ، ١٩٨٥م) ص ٤٧.

(٥) ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي، نظمته رابطة العالم الإسلامي وعقد في الفترة من ٢١ - ٢٥ شوال ١٤٠٤هـ في جاكرتا. وورد ملحقاً بمواده الأربع كاملة في كتاب الإعلام موقف، لمحمد محمد سفر ص ١٠٥، ١٠٦.

(٦) محمد عجاج الخطيب، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، الطبعة الثانية (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٤٠٧هـ) ص ١٧.

(٧) بدر كريم: نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي، الطبعة الثالثة (١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م)، ص ١٤٢. كما نشرت مجلة المنهل خبر إنشاء هذه الإذاعة المباركة وأنها كانت بناء على توجيهات جلالة الملك فيصل وتفاعلت مجلة المنهل بإذاعة القرآن الكريم خيراً، وأفادت قائلة: «إنها في الحقيقة بشرى لكل المواطنين ولجميع المسلمين»، انظر مجلة المنهل، العدد رقم ١، شهر محرم من عام ١٣٩٢هـ، ص ١٤٩. وقد تطورت هذه الإذاعة، وخطت خطوات واسعة في خدمة الإسلام. وقد كانت رسالتي للماجستير أول رسالة علمية عن هذه الإذاعة المباركة (إذاعة القرآن الكريم) ثم تبعتها بحوث ورسائل مثل رسالة أسماعيل النازري للدكتوراه عن هذه الإذاعة المباركة أيضاً.

أن الصحف والمجلات التي عنيت بنشر تعاليم الدين الإسلامي ومعالجة القضايا الفردية والاجتماعية على ضوء الإسلام قد أدت دوراً لا بأس به في الإعلام الديني وأقرب مثال على ذلك مجلة الدعوة السعودية، ومجلة البيان، ومجلة المجتمع الكويتية، ومجلة الإصلاح وغيرها. ومع ذلك كله فإنني أقول ونحن في عصر الفضائيات، إن الفضائيات المتخصصة لنشر الدين الإسلامي تبقى حلاً يراود كل المسلمين لتكون وسائل إعلام دينية كبرى تنطلق من عقيدة الإسلام الصافية وتنتشر فضائله وتدعو إليه، فعسى أن ترى النور قريباً ويقيض الله سبحانه وتعالى لها رجال إعلام مخلصين شعارهم قول الله تعالى [ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن]، (النحل/ ١٢٥) وقوله سبحانه [قل هذه سبيلي ادعو الى الله على بصيرة أنا ومن اتبعني وسبحان الله وما أنا من المشركين] (يوسف/ ١٨٠).

الهوامش :

- (١) محمود محمد سفر، الإعلام موقف، ط ١ جدة، تهامة ١٤٠٢هـ، ١٩٨٢م، ص ٦٥.
- (٢) عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، الطبعة الأولى (بيروت، عالم الكتب، ١٤٠٦هـ) ص ٢٩.
- (٣) عبد الوهاب كحيل، المرجع السابق.



أرامكو السعودية
Saudi Aramco

كف عبقرياً بين

مكافحة أكبر تنقيب



إطلاق الأعمال الدولية



الطهيد في رأس تنورة



معمل الغاز في ينبع



معمون عاماً من غير الشركة



١٩٣١

مطلع عهد الطهيد



أول رئيس سعودي للشركة



إسالة حديثة لشركة الغاز



معمون عاماً من الإنتاج



مرء من الانشطة ذات الخطية



أعمال دولية في شرق آسيا



الحيوية إلى التحول من صناعة تتركز في مجالي التنقيب والإنتاج ضمن نطاق جغرافي محدود في المملكة، إلى صناعة بتولية عملاقة رائدة متكاملة تغطي جميع أعمال صناعة الزيت والغاز في كل أرجاء المملكة وفي نطاق عديدة من العالم. ويكمي أرامكو السعودية فخراً أن بدء الكريمة هي التي اختطت الرسوم لللكي الكريم الذي أسسها وجعل صناعتنا

وإذا كان من حق كل مواطن وكل قطاع في هذا البلد الأمين أن يتخذ ويعتز بما حقق من إنجازات هائلة منذ نهلي خادم الحرمين الشريفين مفايد الحكم فإن للصناعة التولية السعودية، ممثلة في أرامكو السعودية، النصيب الوافر من هذا الفخر والاعتزاز. إذ أن الرؤية المستقبلية الواضحة والوطنية والجزئية لخادم الحرمين الشريفين، أبده الله، قامت هذه الصناعة



عهد انطلاقة الصناعة البترولية

في الحادي والعشرين من شعبان عام ألف وأربعمائة واثنين، أراد الله سبحانه وتعالى أن تتواصل مسيرة القيادة الحكيمة الخيرة في بلادنا الغالية، المملكة العربية السعودية، أعزها الله، بتولي خادم الحرمين الشريفين، الملك فهد بن عبد العزيز آل سعود، حفظه الله، مقاليد الحكم في البلاد.

ومع أن هذا اليوم وهذا الحدث العظيم مثلاً انطلاقاً جديدة لبلدنا في جميع الميادين، إلا أن فهد بن عبد العزيز، هذا القائد الفذ، لم يكن أبداً غريباً عن مدارج القادة العظام أو مواقع الإجازات العملاقة، نشهد له بهذا الإجازات للتصيرة التي حققها أو غرس بذورها في حفل التعليم منذ أن كان أول وزير للمعارف قبل مائة وخمسين عاماً، وفي ميادين الأمن والتخطيط الحضري منذ توليه وزارة الداخلية، وفي ميادين التنمية الصناعية والاقتصادية والتخطيط القومي بكل أبعاده عندما حمل بكل افتتار أمانة ولاية العهد.

فلما كان اليوم الذي تولى فيه فهد بن عبد العزيز سدة القيادة، وضع يده الكريمة في أيدي إخوانه وأبناء شعبه اللوفى الحب وسار بهم ومعهم، بدأ عهد، يرتقى سلم الجِد في خطوات ثابتة وانقصة، ويؤدهم بوعي وبصيرة نافذة من إجازات عظيمة إلى إجازات أعظم.

إطلاق الوحدة الجديدة



تدشين مشاريع عملاقة



إحداثيات مشاريع عملاقة



أولى محطة من ردة السواحل



عنبر نفط من عمق الشوك



1411

1411

1411

1411

1411

1411

1411

1411

1411

1411

مشاريع الغاز الجديدة



مشيكة الغاز إلى الرياض



افتتاح مركز الرياض



استراتيجية برامج السعودية



سفن نفط عملاقة جديدة



خيراً من التوجه إلى الله للعلي التقدير أن يجري خادم الحرمين الشريفين، لقاء لإخلاصه ونصحه لأبناء شعبه، خير ما يجزي قائداً عن أمنه، ونعمه، وسمو ولي عهده الأمين وسمو النائب الثاني، بالصحة والتسعادة والرضا، وأن يدع على بلادنا الغالية نعمة الخير والأمان في ظل قيادتها الحكيمة إنه جل وعلا سمع قريب محبوب.

البترولية السعودية الوجه واليد واللسان اسماً وجسماً، وأن ما حظيت به أرامكو السعودية من حسن توجيهه وكرم دعمه ورعايته، أعزه الله، كان، بفضل الله وتوفيقه، السبب في ارتفاعها قمة الصناعة البترولية العالمية بلا منازع خلال السنوات الاثنتي عشرة الماضية على التوالي ولا جد أرامكو السعودية في هذه المناسبة العظيمة ما تقوله



أزمة الوعي بالإسلام فى الإعلام

هذه الأحداث ولكن المأزق الحقيقى يكمن فى أن أي محاولة لتجريد الأحداث لاختزانها فى الذاكرة الجماعية لهذه الشعوب سوف تحتفظ بالإسلام مكونا أساسيا فى الصورة العامة لهذه الأحداث التى سوف تبقى عبر الزمن.

على المدى البعيد سوف تظل المشكلة قائمة فى القدرة على استدعاء مسؤولية الإسلام والمسلمين عن هذه الأحداث فى حالة وقوع أحداث يكون المسلمون أطرافا فيها وفى الحالات التى يكون فيها المغامرون السياسيون راغبين فى استدعاء الشعوب على الإسلام والمسلمين. فالأخطر فى المشكلة الراهنة هي أن خلفية من التفكير المعادى للإسلام والمسلمين يتم بناؤها لدى كثير من شعوب العالم خلال الأسابيع الستة الماضية. وسوف يكون لهذه الخلفية تأثير قوى فى المستقبل.

التساؤل المهم الآن يتعلق بالكيفية التى انتشرت بها ملامح العداء للإسلام والمسلمين عالميا خلال الأسابيع المنصرمة وما الذى ساعد على هذا الانتشار السريع والعنيف نسبيا؟

إن موقف الغرب من الإسلام والمسلمين كما تعبر عنه وسائل الإعلام الغربية اليوم ليس مفاجئة

ربما كانت الأحداث الأخيرة تشكل واحدة من اكبر الأزمات التى يتعرض لها المسلمون والإسلام فى التاريخ المعاصر. فلم يحدث أن وقف الإسلام وأتباعه هذا الموقف يواجهون فيه مختلف التيارات السياسية والفكرية بل والدينية فى العالم. وعلينا أن نعترف أننا نواجه أزمة حقيقية ليس مع الغرب وحده بل ومع غيره من الشعوب، فالربط بين العنف والإرهاب وبين الإسلام سمة المعالجات الإعلامية فى آسيا وأوروبا الشرقية وأمريكا اللاتينية بل وفى إفريقيا أيضا منذ انفجارات الحادى عشر من سبتمبر الماضى.

إن ذاكرة الشعوب ربما لا تحتفظ طويلا بتفاصيل الأحداث الأخيرة وسرعان ما يطوى الزمن

بقلم : د. حمدي حسن

وكيل كلية الإعلام والألسن جامعة مصر النووية
رئيس قسم الصحافة بمعهد الأهرام الأقليمى للصحافة

المنهل (الإصدار السنوي)

إلام الغربى

الأءء؁ والقوى اللى تسعى الى الوقىعة وزىاءة الفجوة بين الحضارتى الغربىة والإسلامىة لىست خافىة على أءء.

فى السنوات القلىة السابقة على الأءاء الأخىرة كانت هناك الكثر من المؤشرات الءالة على آحسن نسبى فى الأءاءاء نحو الإسلام والمسلمى؁ فى العام قبل الماضى اعترف الكونجرس الأمريكى بالصورة المشوهة اللى يعالآ بها الإسلام فى وسائل الإعلام الأمريكىة وفى برىطانىا أصبح المسلمون آزاء من النظام السىاسى البرىطانى واعترفوا النمسا بالإسلام بىانة رسمىة واكتسبت الأقلىاء الإسلامىة فى بلدان أوروىا وكندا أهمىة متزىاءة على الصعىءىن السىاسى والاقتصادى؁ وأصبآء الأءارسات الإسلامىة آزاء من البرامآ الأكاءىمىة فى معظم الآامعات الكبرى؁ وفى اليابان اعترف اليابانىون بضرورة العمل على نشر فهم حقىقى للإسلام بين المواطىن اليابانىىن باءآبارها ضرورة للمعاملات الاقتصاءىة والسىاسىة والأثقافىة مع بلدان العالم الإسلامى؁ هذا الآحسن النسبى كان فى معظمه تعبىرا عن رؤى البوائر السىاسىة والاقتصادىة الرسمىة ءون أن يكون لهذا الآحسن

النسبى أى آأآىر فى ءوائر الرؤى العام فى المآامعات الغربىة؁ ولأن طبقىة النظم السىاسىة لى رؤى المسلمىن بنىء على أن رؤى الحكومة هى رؤى الشعوب؁ فایننا فى الواقع لم نءرك أبعاء الصورة العامة للإسلام والمسلمىن لى الغربىىن على وآه الآءىء؁

هذا الموقف ىكرر الآن فوسائل الإعلام العربىة ىتناقل كآثىرا آصرىحات القاءة السىاسىىن بشئىن الإسلام والمسلمىن وهى إىآابىة بالضرورة ولكنها لا تعبىر عن موقف ءوائر آىر الرسمىة فى هذه المآامعات؁ فمن الواضح أن لعبة المصالح هى الءافع الأساس لمثل هذه الآصرىحات والمواقف؁

ءراسة أآرىء على عىنة من الصحف البرىطانىة والأمرىكىة فى معهد الأهرام الإقلىمى للصحافة بهءف الآعرف على الكىفىة اللى ىناولت بها نىء من هذه الصحف الإسلام والمسلمىن آلال أربعة أسابىع آالىة لهآوم الحاءى عشر من سبآمىر؁ هذه العىنة ىشمل الواشىنطن بوىس؁ الهىراء ءرىبىون؁ النىورك ىاىمز؁ لوس أنآولس ىاىمز؁ الآارىبان؁ الءىلى آآراف؁ وعلى الرآم من أن الءراسة لا آزال فى طور الآللل؁ إلا أن هناك العىء من المؤشرات اللى يمكن إىآازها فىما ىلى:

أولا: كانت الصحف الأمريكىة وبءرة اقل

البريطانية أسبق من الإدارة الأمريكية في الإشارة إلى اتهام المسلمين بالمسؤولية عن الانفجارات التي وقعت في واشنطن ونيويورك.

ثانيا: ظلت الصحف الأمريكية والبريطانية تعالج قضية الإرهاب باعتبارها قضية مسلمين وليس قضية إسلام حتى بدأت تظهر تصريحات متكررة من الإدارة الأمريكية بمسؤولية نفر من المسلمين عن هذه الانفجارات.

ثالثا: بدأت الصحافة الأمريكية الهجوم المباشر على الدين الإسلامي باعتباره دينا يحض على العنف والانتقام وكان هذا النمط من المعالجة الصحفية متوازيا مع الهجوم على المسلمين.

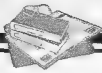
رابعا: ظهور فكرة الثأر والانتقام من مرتكبي هذه التفجيرات تحولت إلى رغبة في الانتقام من كل من هو مسلم سواء داخل الأراضي الأمريكية أم خارجها. كان تلك الإدارة الأمريكية - من وجهة نظر البعض - في الثأر سبيبا لتعينة الرأي العام الأمريكي لأن يأخذ ثأره بنفسه ممن صورتهم وسائل الإعلام بأنهم أعداء الحرية والديمقراطية والحرية والشعب الأمريكي المقدس. وفي هذا الإطار تعرض كل من يحمل صفة تقربه من المسلمين أو العرب للعداء.

وخلال هذه المرحلة من معالجة الصحافة البريطانية والأمريكية للإسلام والمسلمين يمكن رصد عدد من الأساليب التي استخدمت لتكريس العداء ضد الإسلام وأتباعه:

١ - الدفع بالقراء نحو الاعتقاد بمسؤولية الإسلام والمسلمين عن التفجيرات دون التفكير فيما إذا كانت هناك أدلة على ذلك أم لا. فالخطاب الإعلامي كان مشحونا وعاطفيا إلى درجة تتجاوز المنطق الأولى.

٢ - الربط بين الأحداث وبين معان لها أهمية قصوى لدى الجمهور. وقد بدأ هذا الأسلوب الرئيس الأمريكي نفسه حينما خرج أول بيان له حول الأحداث يقول إن الحرية والديمقراطية تعرضت اليوم لهجوم إرهابي. هذا الأسلوب اتبعته الصحافة الأمريكية والبريطانية وعلى هامش هذا الأسلوب ظهرت مقولات الهمجية والبربرية والتخلف عند المسلمين. الصحافة البريطانية استخدمت هذا الأسلوب بكثافة لتبرير مشاركة بريطانيا الولايات المتحدة في الأعمال العسكرية حيث إن الحرية والديمقراطية اليوم في خطر.

٣ - لجأت الصحافة الأمريكية والبريطانية إلى تخصيص مساحات واسعة لشخصيات ذات تأثير في المجتمع للإدلاء بشهادتها المعادية والداعمة للأهداف التي كانت تعمل من أجلها في هذه



الرأى العام العالمى لتكوين التحالف اكتشفت أنها اشعلت حربا للكراهية ضد المسلمين على أراضيها، وكان من الضرورى مواجهة هذه الحرب أولا، فالإدارة الأمريكية لم تتوقع هذا القدر من التسرع في الانتقام والعنف لدى مواطنيها.

سائسا: بدأت الصحافة الأمريكية في خط مواز لتصريحات المسؤولين في الإدارة الأمريكية والحكومة البريطانية التراجع عن الكثير من الأفكار التى سبق وأن روجت لها. وتكشف الدراسة التحليلية عن أن الصحافة الأمريكية والبريطانية تراجعت في هجومها على الإسلام دينا وعقيدة قبل أن تبدأ التراجع في هجومها على المسلمين. التراجع عن الهجوم على المسلمين في الغالب انصب على الجاليات المسلمة التى تعيش في الولايات المتحدة وبريطانيا بسبب المشكلات التى ظهرت وهددت التعايش داخل هذه المجتمعات، في حين استمر الهجوم على العديد من الدول الإسلامية الأخرى.

سائسا: هذا التراجع الملحوظ بدأ يثير العديد من التساؤلات عن حقيقة الإسلام والمسلمين لدى البريطانيين والأمريكيين. وهو أمر نلاحظه بشدة في ظاهرتين:

١- زيادة المساحات التى خصصت للدين

المرحلة. وهو ما كنا نراه مثالا في أقوال صمويل هنتنجتون بأن المسلمين يشكلون ٢٠٪ من سكان العالم وهم وحدهم مسؤولون عن ٨٠٪ من الصراعات والاضطرابات في عالم اليوم.

٤ - تم تبرير الهجوم على الإسلام والمسلمين في الصحف الأمريكية والبريطانية على أنه عمل من أجل المجتمع ومصالح الشعوب والحضارة الغربية، حيث إن الخطر يكمن في هذه الأفكار التى يمثلها الإسلام ويعمل من أجلها المسلمون.

٥ - ظهر التحيز المستتر واضحا في موقف الصحافة الأمريكية والبريطانية ضد الإسلام. فتم انتقاء أحداث وأفكار سحب خارج سياقها وتقديمها على أنها الصياغة النهائية للفكر الإسلامى. قدمت العديد من المجتمعات الإسلامية ومنها مصر والسعودية بشكل واضح التحيز.

٦ - كانت مواكبة التيار السائد أكثر الأساليب شيوعا في المعالجة ليس فقط في الصحف الأمريكية والبريطانية بل والعديد من الصحف في العالم. فإذا كان الجميع يعادون الإسلام والمسلمين اليوم فلم لا تنضم إليهم أنت الآخر. وذلك واضح فحسب فقلته الصحف البريطانية والأمريكية عن صحف كثيرة في مناطق واسعة من العالم.

٧- حينما بدأت الإدارة الأمريكية تعبت

الإسلامي في وسائل الإعلام الأمريكية والبريطانية ومواقع وكالات الأنباء والمحطات الإخبارية على الإنترنت وظهور العديد من علماء الدين والمفكرين المسلمين كثيرا للحديث عن الإسلام بل وظهر الكثير من رجال الدين المسيحي أيضا للحديث عن الإسلام.

- الزيادة الملحوظة في مبيعات الكتب التي تتحدث عن الإسلام وبصفة خاصة كتب التفسير والحديث، فقد زادت مبيعات الكتب الدينية الإسلامية باللغة الانجليزية في الولايات المتحدة خلال النصف الثاني من أكتوبر بنحو ٢٥٠٪.

ثامنا: المرحلة الراهنة من المعالجات الصحفية للإسلام والمسلمين ارتكزت على فكرة التعايش الممكنة مع الإسلام والمسلمين وضرورة البحث عن صيغة أفضل لفهم الإسلام. ولعل أشير هنا في خطوط عريضة للأفكار الرئيسية التي تمت معالجتها:

- خطأ العقلية الأمريكية في تحديد مكانة الإسلام. فالمكانة الصحيحة للإسلام هي بين العقائد التوحيدية أو السماوية وليس مع الهندوسية والبوذية أو الكونفوشيسية. فهو ليس دينا أجنبيا يسمح بوجوده من باب حرية الفرد وحرية العقيدة في المجتمع بل هو دين سماوي. وكما أن الإيطاليين ليسوا جميعا أعضاء في عصابة المافيا، فإن

المنهـل (الإصدار السنوي)

المسلمين جميعا ليسوا أعضاء في منظمات إرهابية. (جون اسبستيو/ مدير مركز فهم الإسلام والمسيحية في جامعة جورج تاون).

- لا يمكن أن يتم اختزال الإسلام في أزمة النفط عام ١٩٧٣ وثورة الخميني في العقلية الأمريكية. الإسلام دين وحضارة تدين لها الحضارة المعاصرة بالكثير.

- مايكل ليرنر حاخام يهودي يرى أن اليمينيين المتطرفين سوف يرون فيما وقع فرصة لتحجيم الحريات العامة وزيادة الإنفاق العسكري حتى ولو تم ضخ المزيد من الكراهية ضد دين لا يعرف هذا العنف وهذه الكراهية.

- ماركوس بورج أستاذ علوم الدين في أوريغون ستيت: الأصوليون (وهو التعبير المرادف للمتطرفين في الغرب) في العالم الإسلامي قلة وهم موجودون في المسيحية وفي اليهودية على السواء والجهاد في الإسلام له معنى روحاني في الأساس، فالمنعنى الحقيقي للجهاد هو جهاد النفس كما قال نبي الإسلام.

- كارين أرمسترونج راهبة كاثوليكية سابقة وكاتبة بريطانية صحفية لها عدة كتب عن الإسلام والمسيحية واليهودية: الأصولية حركة سياسية في الأصل وليسيت حركة دينية في الأديان الثلاثة وتصيف: إن معنى كلمة الإسلام السلام، وعندما



الإعلامية. الكتب الدينية زادت مبيعاتها ٣٠ مليون نسخة في أسبوع بيعت من كتاب يتحدث عن الآخرة، الكتب التي تتحدث عن شعوب الشرق الأوسط ومشكلة فلسطين زادت مبيعاتها بنسبة ٢٥٠٪، ٥٠ مليون خريطة لأفغانستان والعالم الإسلامي بيعت في أسبوعين فقط.

النقطة الأخيرة في الدراسة التي أشرت إليها تتعلق بما يقوله المثقفون في العالم الإسلامي لوسائل الإعلام الغربية. هذه الفئة من المصادر قليلة إلى حد بعيد مقارنة بالمصادر الأخرى مثل رجال الدين المسيحي وعلماء الأديان والمفكرين الغربيين. هناك ثلاثة اتجاهات لما نقل عن المثقفين والمفكرين المسلمين في الصحافة الأمريكية والبريطانية أمكن رصدها حتى الآن:

أولاً: محاولة تصويب الأخطاء التي تناولتها الصحافة الغربية فيما يتعلق بالأوضاع السياسية أو التفسيرات السياسية للأحداث الأخيرة. وبصفة خاصة النزاع في الأراضي المحتلة في فلسطين، الأوضاع في أفغانستان، موقف الشارع العربي والإسلامي، موقف الدول الإسلامية من الحرب الأمريكية على أفغانستان وهذا الاتجاه هو الغالب على المصادر الإسلامية في الصحف البريطانية والأمريكية.

نزل الوحي على نبي الإسلام بالكتاب السماوي القرآن كان الهدف الأساسي هو مكافحة الشر والقضاء على العنف ولقد اضطر نبي الإسلام لاستخدام القتال فقط للدفاع عن النفس أمام هجوم العرب الملحد الذين كانوا يتسمون بالعنف والوحشية.

إن بعض الكتابات الإيجابية عن الإسلام في الصحافة الغربية في الآونة الأخيرة لا ينبغي أن تدفعنا إلى حدود الخطر وهي أن نعتقد أن الغرب أصبح أكثر فهماً للإسلام. فلا تزال حدود الوعي بالإسلام في الإعلام الغربي واهية جداً ولا تزال طبيعة الوعي بالإسلام ذات طبيعة براجماتية بحتة. فالتحولات في تغطية الإسلام في الإعلام الغربي مؤخراً ارتبطت بمصالح الغرب في تهدئة مشاعر العداء للإسلام والمسلمين لأسباب محلية وعالمية.

غير أن هذه التحولات فرصة مواتية لنا في العالم الإسلامي تدعمها رغبة حقيقية لدى الشعوب الغربية في أن تعرف حقيقة هذا الدين والغايات التي يسعى إليها. لقد فقد الأمريكيون والبريطانيون الثقة فيما تقوله وسائل الإعلام التي ينظرون إليها على أنها وسائل مؤلفة لخدمة حرب لا يرون لها هدفاً أو نتيجة. ومن ثم كانت التحولات ملحوظة نحو الكتب التعرف على الحقيقة التي غابت في التغطية

ثانياً : نقد الأوضاع السياسية والثقافية
والسياسات الاقتصادية في دول العالم الإسلامي باعتبارها مسؤولة عن العنف والتطرف أو الغلو الديني. وينطوي هذا الاتجاه على بعض التلميحات حول العلاقة بين الإسلام والحياة المدنية الحديثة.
ثالثاً : الدفاع عن العقيدة الإسلامية أو الدين الإسلامي وتصحيح المفاهيم الخاطئة التي سادت عن الإسلام ورسالته. وهذا الاتجاه هو الأقل ظهوراً بين الاتجاهات الثلاثة.

مواجهة الأزمة :

إن الواقع الإعلامي الراهن يستجيب لأى مبادرات جادة نحو المشاركة والتفاعل وفق القواعد التي تحكم عمل صناعة الإعلام الراهن. وهى قواعد تجارية الى حد بعيد. ويمكن القول بأن الوجود الإسلامي في وسائل الإعلام العالمية هو أكثر فاعلية مما كان عليه الوضع منذ عشر سنوات مهما كانت سلبيات التغطية الإعلامية للإسلام والمسلمين. فالوجود الإسلامي سلبي أو ايجاباً في وسائل الإعلام العالمية دليل على حيوية هذا الدين وقايلته وأهميته في تشكيل النظام العالمي الجديد. وعلينا أن نحافظ على مستويات الاهتمام هذه لأننا سوف نخسر كثيراً لو طوى التسيان الغربي ديننا وأحوالنا.

إننا ديناً وشعوباً اكتسبنا مساحة للوجود في

المنهسل (الإصدار المنوي)

الضمير والعقل الغربي المعاصر يتعين توسيعها وترسيخ وجودها في الوقت الذي يتعين علينا فيه أن نعمل على ترشيد إدراك الغربيين لهذا الوجود. ووجودنا في الضمير الغربي لا ينبع من الأهمية السياسية أو الاقتصادية لشعوبنا فحسب وإنما ينبع من حيوية ديننا والزخم العقدي والمعرفي والفكري الذي تحتويه الشريعة الإسلامية.

إن تفعيل الإعلام عن الإسلام عالمياً ينطوى

على قائمة طويلة من المهام:

* الإدراك الحقيقي لأهمية الوجود الإسلامي عالمياً من جانب مختلف الوزارات المعنية في الدول الإسلامية وكذلك المنظمات والهيئات الأخرى. وأن يصاحب هذا الإدراك استعداد كامل للتعبير عن أهمية هذا الوجود.

* الاهتمام بالكتاب وسيلة لمخاطبة الرأي العام في الغرب على أن يتم انتاج هذه الكتب شكلاً ومعالجة بما يناسب القارئ المستهدف.

* ضرورة التكامل بين الأجهزة والمنظمات الأهلية وبين الحكومات في العالم الإسلامي على أن يتم هذا التكامل في إطار من التعاون والرغبة الحقيقية في تحقيق الأهداف المرجوة وليس الهيمنة وفرض الآراء. وعلى الجمعيات والمنظمات الأهلية



عالمية توفر البيانات الكاملة عما ينشر عن الإسلام وتحليلها وإصدار تقرير سنوي عن حالة الإسلام في دوائر الرأي العام ووضع استراتيجيات لمواجهة البنية على أساس التوزيع الجغرافي لمناطق سوء فهم الإسلام.

* التنسيق الكامل مع الجاليات الإسلامية في الدول الغربية ليس فقط فيما يتعلق بمواجهة التغطية السلبية للإسلام وإنما في تنفيذ الاستراتيجيات الإعلامية اللازمة باعتبار المسلمين في الدول الغربية هم الأكثر فهما لطبيعة الجمهور المستهدف وأساليب مخاطبته.

* مواجهة التجزئة الهائلة التي يعانيها العمل الإسلامي بين الجاليات المسلمة. فعدد الجمعيات الإسلامية في أوروبا يشير إلى مشكلة متعددة الجوانب تضعف من قوة العمل الإسلامي.

* استثمار الفرص الإعلامية المتاحة لتأكيد حقيقة الإسلام ومقاصد شريعته. فالمساحات الإعلامية المتاحة اليوم أكثر من ذي قبل وهي بحاجة إلى دعم مالى من الدول الإسلامية وهي أيضا بحاجة إلى كوادر مؤهلة قادرة على تقديم الرسالة بمستوى مهني رفيع المستوى.

الرغبة في خدمة الإسلام عالميا أن تدرك أن هناك قوى في الغرب هدفها إضعاف الحكومات في العالم الإسلامي من خلال تعاونها مع منظمات ما يسمى بالمجتمع المدني.

* تفعيل العلاقة بين المؤسسات البحثية الأكاديمية في العالم الإسلامي وبين الدوائر المناظرة في الغرب من خلال تبادل البحوث والأساتذة وطلاب الدراسات العليا والقيام ببحوث مشتركة.

* إنشاء منتدى إسلامي دولي ينعقد سنويا بمشاركة المؤسسات العلمية والدينية في الدول الإسلامية والدول غير الإسلامية يمكن من خلاله طرح مختلف القضايا التي تتعلق بفهم الإسلام والوعي به والتعبير عنه. على أن يتم عقد هذا المنتدى تحت رعاية مؤسسة غير حكومية ويتم الإعداد لهذا المنتدى بشكل سليم وتحديد الأهداف المرجوة منه عالميا.

* فتح أبواب الحوار مع مراكز التأثير في صناعة القرار والرأي العام وبصفة خاصة السلطات التشريعية (البرلمانات) في الدول الغربية وكذلك مراكز البحوث والدوائر الأكاديمية ووسائل الإعلام العالمية.

* توحيد الجهود المتناثرة بشأن رصد ما ينشر عن الإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام ومناهج التعليم. نحن بحاجة إلى Islamic Watch

[هـ] هذا المقال بالتعاون مع رابطة العالم

الإسلامي.



صورة العالم الاسلامى فى الإعلام

والمتوسط ويكل تأكيد فهو أمر له انعكاسات سياسية واقتصادية واستراتيجية، إنه بلا مبالغة محور من أهم المحاور التى يتبلور فيها النظام العالمى.

نجتمع نحن هنا لنتدارس موضوع صورة الإسلام فى الإعلام المعاصر أى تلك الصورة المتداولة فى ساحة عمومية، يختلط فيها السياسى بالثقافى والاقتصادى، عبر أداة وظيفتها الأساسية هى الفرجة. وقد عمل كل واحد منا فى المدة الأخيرة على معالجة هذا الموضوع الذى يشغلنا، بالنقاش أو بالشرح أو بالتصحيح، وشرحنا الفرق بين الإرهاب والنضال الوطنى، وما يتعرض له الشعب الفلسطينى، وقلنا بأن الإسلام ليس هو طالبان، علينا الآن، وهنا، أن نهتم فى تصوري بما يحمله الموضوع من أسئلة تخصنا نحن قبل غيرنا، نتاورنا مع الغير فلنحاور أنفسنا.

سال كثير من الحبر، وتم بث الكثير من الصور، وأدلى بالكثير من التعليقات والأفكار، حول دور الإسلام فى العالم، وحول طبيعة الأوضاع الاقتصادية والديموغرافية والسياسية المؤثرة فى بلورة دور الإسلام فى العالم المعاصر، وحول تفاعله مع باقى المجموعات البشرية، وتم ذلك على النحو الذى تشغل به وسائل الإعلام فى ظروف أزمة كبيرة متعددة الأبعاد.

إن الركيزة الأولى لعمل وسائل الإعلام اليوم هى الصورة وتنطوي هذه الصورة على رسالة مبسطة تخاطب مخيلة العامة، وهى بالتالى أنية

نجتمع فى رحاب رابطة العالم الإسلامى بدعوة كريمة من معالى الأستاذ الدكتور عبد الله بن عبد المحسن التركي الأمين العام لرابطة العالم الإسلامى لنتدارس موضوعاً هو بالنسبة لنا حيوى، وبالنسبة للرأى العام فى العالم أجمع هو قضية مثيرة لجدل كبير، إن لم نقل قضية الساعة.

إن علاقة الإسلام بالعالم، هو موضوع مطروح اليوم فى إطار من الخلط والتهافت يجعلانه محضوفاً بعدد من أوجه التعقيد والتشعب، وهو لذلك يتطلب تحليلاً متصبراً وواقعياً من جانبنا، لكى نتمكن من تقديم تصور عملي يستهدي به الفاعلون السياسيون والإعلاميون فى بلداننا، كل فى مجاله.

ويحكم شساعة المجال الإعلامى وراهنيته، فإن صورة الإسلام فى العالم تدخل فيها عناصر، لا تقتصر على الجوانب الفكرية، بل إن الأمر يشمل كل ما يمس تطور العلاقات الدولية فى المدى القريب

بقلم : أ. محمد العربى المسارى

— المغرب —

الام المعاصر [*]

أشد لحظات تبلورها . لقد أنبثق منذ أول وهلة ذلك النقاش القديم والمتجدد عن الإسلام والمسلمين بمجرد ظهور التكنات الأولى حول الفعلة، ثم من خلال تطور التحقيق .

في ذلك الصباح، شاهد العالم أجمع في وقت واحد، وفي لحظة وقوع الحادث، منظر برججي مانهاتن يحترقان، وكان أول قرار صدر في الموضوع هو قرار رئيس التحرير في الفترة الصباحية في التلفزيون بتحريك الكاميرات في اتجاه موقع الحدث، وذلك في الساعة الثامنة و٤٩ دقيقة بعد ستين ثانية من إصابة البرج الشمالي . وغداة الحادث علمنا أنه حينما بدأت تظهر التوجهات الأولى للتحقيق كان ثلاثة مساجد وكنيسة عربية في استراليا تتعرض للاعتداء، وحصل شيء مماثل في بريطانيا وبلجيكا وميريد، ونقاط أخرى من العالم عرفت اعتداءات على منشآت دينية إسلامية رداً على ما اعتبر أنه اجرام غير مقبول وغير مبرر كانت نيويورك مسرحاً له على يد مسلمين .

رأى عالم الاجتماع الفرنسي ألان تودين أن ما حدث هو نقلة نوعية في عمل الأصولية الإسلامية التي تحولت من «إسلام سياسي» إلى «إسلام محارب» بعد أن فصل الإسلام السياسي وانتهى إلى باب مسندود كما سجل من قبل جان كيبيل وكان صمويل هنتنغتون قد سبق في ١٩٩٦ أن أورد عبارة مشابهة في الكتاب الذي شرح فيه مقالته الشهيرة عن صراع الحضارات، فتحدث عن «الفسكرية الإسلامية» التي أبرز أن قواتها التهديدية لها رافدان هما التصور الديموغرافي والمشاكل الاقتصادية والاجتماعية الموجودة في الرقعة الإسلامية .

وسريعة . وهذا من الخصائص الأولية للعملية الإعلامية في عالم اليوم، وهو في آن واحد من عيوبه البارزة فعلى عكس الإعلام التقليدي القائم على الفكرة المكتوبة، المدونة في كتاب أو صحيفة، ليست هناك في الإعلام المعاصر أفكار بل مشاعر، وليس هناك إلا التلقين .

وقد اختصر هذا الوضع أحد منظري الإعلام السمعي البصري، الأمريكي طوني شسوارتز بقوله إنه في حضارة الصورة ليس هناك استيعاب بل تلق .

ومن خلال التبسيط وصولاً إلى العامة، ومن خلال السرعة وصولاً إلى الفعالية، وفي خضم التنافس على تنمية كمية المشاهدين، جلباً للإعلانات، فإن الصورة التي يتم بثها وتكرارها، هي أداة في يد المرسل يستخدمها في تثبيت مضامين تكون محل تواطؤ عام، تفرزه على حد تعبير نعوم تشومسكي «صناعة التوافق الوطني» وبالنظر إلى ما وقع في العالم بفعل تطور تقنيات تدفق المعلومات، فإن مجال صناعة وبث الصورة أصبح فسيحاً، هو مجموع الكرة الأرضية لأننا أضبحنا بفضل هذا التكرور نعيش في «قرية كونية» على حد تعبير ماك لوهان .

الخطر الإسلامي:

جئنا إلى هنا وفي أذهاننا ما حدث في سبتمبر الماضي ولكننا نعيشون بما طرحه علينا ذلك الحدث من مستألات، وما أفرزته من مراهقات هي الآن في

الإسلام المنغلق :

الإيماءة هو أن العالم المتمدن كله يوجد في جانب والفكر المنغلق الذي يملكه بن لادن في جانب آخر . وفي السياق العام للجدل المحتدم في الظروف الحالية يمكن أن تخاطب مثل هذه العبارة الشعرازية مخيلة قابلة لأن تخل محل اسم بن لادن، لفظة الإسلام دون أن تتوارد على خاطر سوى الفكرة القائلة بأن الإسلام منغلق وغير متسامح، وبالتالي غير ديموقراطي أو بأسوأ من ذلك أنه غير قابل للديمقراطية وقد صرح بذلك فعلا فوكوياما في الكتاب الذي شرح فيه مقالاته الشهيرة أيضاً عن نهاية التاريخ وذكر أن الإسلام يتنافى مع الديمقراطي.

أما رئيس البرلمان الألماني فولفانغ تيرزه فقد قال بلا تستر ان هناك خطراً وهو الإرهاب الإسلامي.

إنصاف وواقعية:

إلا أنه في غمرة النقاش الذي احتدم بعد تفجيرات نيويورك وواشنطن ظهرت في عدد من المستويات منها الأكاديمي والاعلامي والسياسي مبادرات استهدفت وضع الأمور في نصابها بدافع من الانصاف في كثير من الاحيان ويدافع من الواقعية احيانا أخرى وتصدى الكثيرون لبيان حقيقة الوضع وجوهر رسالة الإسلام وخطورة الخط الذي يمكن أن يحصل على مستقبل التعايش مع ما يقرب من ربع البشرية لم يخف على الكثيرين أن الإسلام رسالة دينية وحضارة وأن المسلمين واقع بشري يتميز بما له من قضايا وأيضاً بما يعده به من عطاءات وأن هذا الواقع البشري متنوع وفي درجات

إن فإن أول صورة مبسطة تضمنتها الرسالة الخاطفة التي عمت «القرية الكونية» هي الخطر الإسلامي، الصورة الثانية التي عمت هي صورة الإسلام المختلف عن غيره من الثقافات، والتمسك بهذا الاختلاف وتزداد كلام لا نهاية له عن النزاعات التي لا حد لها بين الإسلام والعداثة وخصوصاً بشأن المرأة. وقد نشرت الإيطالية أوريانا فالانتشي في الكورييري دي لا سيريا ثلاث مقالات أثارت الكثير من ردود الفعل، ركزت فيها على صورة الإسلام المتزمت غير المتسامح الجامد الذي لا يقبل الاختلاف «اسلام ضد طريقنا في العيش، يملينا علينا كيف نصلي، أو لا نصلي، كيف نأمل، ماذا نشرب، كيف نلبس، كيف نلهو، وإذا لم نقاتل في سبيل أن نحيا، فإن الجهاد هو الذي سينتصر».

الإسلام هو الديمقراطية:

وفي اجتماع عقد بمديد في الأسبوع الثاني من أكتوبر حضره ثلاثون من القادة السياسيين في العالم، كان الموضوع هو مسار الديمقراطية في العالم، من الحاضرين غورياتشوف وكلينتون وفيرناندو هينركي كارضوزو، وكان مدار الحديث هو ما بعد تفجيرات نيويورك. وخلاصة الخلاصة أن الديمقراطية في خطر لأن هناك من يرفضها كسلوك وقواعد لتنظيم الحياة المدنية، وكان السؤال المبطن هو كيف يمكن تأمين حماية الديمقراطية من المتأخرين المتخلفين عن القيم المتعارف عليها عالمياً. ونشرت الصحف الأسبانية على لسان أحد كبار المشاركين قوله، إن الفرق بيننا وبين بن لادن هو أننا نحترق بأننا لا نمتلك الحقيقة وحدنا والمراد بهذه



تفرض علينا احتياطات جمة، منها:

(١) إن رسالتنا الإعلامية مجالها هو العالم بما رحب وأوقاتنا في التبليغ هي ما وضعته بين أيدينا تكنولوجيا الاتصال وعلينا أن نتبصر أفضل السبل لكي نخاطب العالم بقاموس صالح للتصريف يعكس حقيقة الإسلام.

(٢) إن صياغة رسالتنا الى العالم يجب الا تقتصر على التملص من الجوانب السلبية بل الالتفات الى مساهمة الذات لتتحرى نصيبنا نحن فيما آلت اليه صورة الإسلام في العالم .. ويجب ألا نطمئن الى الحاجة الملتبسة القائمة على أن الإسلام مستهدف فهذا صحيح الى حد بعيد ولكن ما هو نصيبنا نحن في خلق هذه الصورة السلبية هناك أمور يجب أن نقر بها وأن نقوم ما هو قابل للتقويم.

(٣) إن العمل الإعلامي ليس ممارسة مهنية منعزلة عن المحيط الذي يفرزها ولا هو مؤهل للقيام بدوره بمجرد توفر الادوات التكنولوجية بل إن العمل الإعلامي الناجع هو ذلك المتمتع بالمصداقية التي لها شروطها الثقافية والسياسية المؤهلة لربح التحديات وهذه التحديات تتمثل بالخصوص في تحطم الحواجز بفضل تقدم تكنولوجيا الاتصال وكذا في سيادة قواعد التنافسية الحادة وهذا يعني ان الوقاية من الغزو وصيانة القيم لا يتأتيان إلا بتقديم البديل المقنع من خلال الاقتراب والانفتاح على الهموم الحقيقية للمتلقي وكما تكونون يكون اعلامكم.

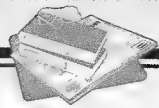
(٤) هذه الورقة قدمت في (ندوة صورة الاسلام في الاعلام المعاصر) التي عقدتها الامانة العامة لرابطة العالم الاسلامي

متباينة من التطور الاجتماعي وبالتالي فإن الإعلام مطالب بالتزام المسؤولية والعذر في النهوض بدوره وتم شيء من هذا في المجتمعات الغربية وفي الدول ذات الشأن في تدبير الأزمة التي نشبت على إثر تجبيرات نيويورك.

وزن الإسلام ودوره :

إن هذه الأصوات المنصفة والواقعية ابانت عن احترامها للإسلام أولاً لأنه دين له دوره المعترف به في نشر قيم التسامح والتعايش وتنظيم العلاقات الدولية واقامتها على أساس العدل والاخلاق، وبالإضافة الى ذلك فإن للمسلمين وزناً ديموграфияً وسياسياً وثقافياً يعبر عنه انتشار المسلمين في قارات الدنيا الخمس ثم أن التراث البشري في العلم والتقنية والتقدم يدين للعطاء الإسلامي بالشيء الكثير وفوق هذا وذلك فإن الاحترام الذي يحظى به الإسلام في العالم هو راجع الى ما تتميز به المجتمعات الإسلامية من تعلق بالسلام والعدل ومن انصافها بالاعتدال، وأن التطرف حالة استثنائية لا ينبغي أن تعتم على الجوانب الايجابية وفي المحصلة فإن تزايد انتشار الإسلام في كل المجتمعات بما فيها الغربية نفسها هو راجع الى هذه الأمور التي ذكرناها رغم ما يجابهه المسلمون من كيد في حالات كثيرة وبالرغم من الجوانب السلبية التي ما فتئت تساعد تشويه سمعة الإسلام إن شاء الله تعالى على التعرف على الإسلام وهذه فرصتنا

في هذا السياق إذن نحن مطالبون بأن ندرك أن المجال الذي نحن بصدد ملغوم بعيد لا يخصى من الانتباهاات وتتفاعل فيه عوامل سياسية وثقافية



القرارات والتوصيات:

كانت الندوة ناقشت خلال ثلاث جلسات ورقة العمل التي تقدمت بها الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة والمؤتمرات في رابطة العالم الإسلامي، وأوراق العمل التي أعدها خبراء الإعلام الإسلامي المشاركون، ومن ثم أصدرت القرارات والتوصيات التالية:

أولاً: الدعوة إلى الله:

- أوصت الندوة بتكثيف الجهود الإعلامية في دعوة الحكومات الإسلامية لتطبيق أحكام الشريعة الإسلامية في حياة الشعوب المسلمة: (وأن احكم بينهم بما أنزل الله ولا تتبع أهواءهم واحذرهم أن يفتنوك عن بعض ما أنزل الله إليك).

- طالبت الندوة بالتعاون مع مؤسسات الدعوة ومؤسسات الإعلام في تعريف الشعوب الإنسانية بدين الإسلام، وإبراز محاسنه، وعرض مبادئه بأسلوب حسن لأداء فريضة التبليغ، بعيداً عن المكابرة والتعنّت: (فإن أعرضوا فما أرسلناك عليهم حفيظاً إن عليك إلا البلاغ).

البيان الختامي

لندوة صورة الاسلام في الاعلام
المعاصر التي عقدتها الأمانة العامة

لرابطة العالم الاسلامي

في شهر شعبان ١٤٢٢ هـ

الموافق لشهر نوفمبر ٢٠٠١ م

تحت رعاية

صاحب السمو الملكي

الأمر عبد الله بن عبد العزيز آل سعود

ولي عهد المملكة العربية السعودية

ونائب رئيس مجلس الوزراء

ورئيس الحرس الوطني

المنهل (الإصدار السنوي)

المنظمات الإسلامية وفي مقدمتها رابطة العالم الإسلامي لتعريف شعوب العالم بعالمية الرسالة الإسلامية: (وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيراً ونذيراً) وهي رسالة تتضمن منافع عظيمة للبشرية، تساعد على حل مشكلاتها، وتحميها من أمراض العصر وشروره وفتنه: (وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين).

ثانياً: العمل الإسلامي المشترك:

- أكدت الندوة على ضرورة التعاون الإسلامي في العمل، والاستعجال في تقوية برامج العمل الإسلامي المشترك بين المؤسسات الرسمية والشعبية في العالم الإسلامي، ودعت إلى إيجاد الآليات المناسبة لتحقيق التنسيق والتكامل والتعاون بينها وبين الجامعات والمجامع الثقافية والتربوية والفقهيّة ومؤسسات الإعلام، وطالبت بتطبيق بنود بلاغ مكة المكرمة، الذي أصدرته القمة الإسلامية الثالثة، حيث جدد صيغ تعاون الحكومات الإسلامية مع المؤسسات الإسلامية الشعبية في مجالات الدعوة والدفاع عن الإسلام، وأكدت أن المسلمين مطالبون شرعاً بوحدة الصف،

- دعت الندوة إلى معالجة الجروح عن وسطية الإسلام، وترشيد الناس لتجنب مزالق الغلو والإفراط أو التفريط.
بالدين: [قل يا أهل الكتاب لا تغلوا في دينكم غير الحق ولا تتبعوا أهواء قوم قد ضلوا من قبل وأضلوا كثيراً وضلوا عن سواء السبيل]. وأكدت الندوة أنه ينبغي تكثيف جهود المؤسسات الإسلامية والإعلامية في توعية جماهير المسلمين، وربطهم بوسطية المنهج الذي خص به الله أمة الإسلام: (وكذلك جعلناكم أمة وسطاً لتكونوا شهداء على الناس ويكون الرسول عليكم شهيداً).

- طالبت الندوة بالدفاع عن الإسلام، وهي المهمة العاجلة التي ينبغي أن تتضافر من أجلها جهود المؤسسات الدعوية والإعلامية، معلنة أن الدفاع عن الإسلام واجب على كل مسلم، ولا سيما في هذا الوقت الذي استغلت فيه الدوائر الصهيونية أحداث الإرهاب التي وقعت في الولايات المتحدة الأمريكية وبدأت تنسب كل شر إلى الإسلام: (كَبُرَتْ كَلِمَةً تَخْرُجُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ إِنَّ يَقُولُونَ إِلَّا كَذِباً).

- أهابت الندوة بجميع وسائل الإعلام في العالم الإسلامي بوضع صيغة مشتركة بالتعاون مع

ثالثاً: التواصل بين مؤسسات الدعوة

ومؤسسات الإعلام:

- دعت الندوة الى التعاون بين مؤسسات الدعوة

ومؤسسات الإعلام على البر والتقوى، والدعوة لإحياء

فريضة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: (ولكن

منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون

عن المنكر وأولئك هم المفلحون)». وأكدت أن ذلك هو

سبيل الحفاظ على سلامة المجتمع المسلم وصونه من

التلوث أو التأثير بالتيارات المنحرفة، وضياح أبناء

المسلمين في دوائر الشر.

- طالبت الندوة بالتعاون بين مؤسسات الدعوة

ومؤسسات الإعلام الإسلامي، فتنتج برامج إعلامية

توصل الفضيلة بين المسلمين، وتعرف غير المسلمين

بالفضائل الإسلامية، وتنقل إليهم أمثلة من خلق

الإسلام، وتعرفهم بأن محاسن الأخلاق ومكارمها من

مقاصد الرسالة الإسلامية: «إنما بعثت لأتمم مكارم

الأخلاق».

- طالبت الندوة جميع وسائل الإعلام في العالم

الإسلامي بالبعد عن الابتذال، ومراعاة توجيهات

الإسلام بالتناصح والتناهي عن إشاعة المنكرات

اهتداءً بقوله سبحانه وتعالى: [إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ

تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي

وُجْهِهِ الرِّأْيِ، وَفَقْ ضَوَائِبُ دِينِيَّةٍ، بِعِيداً عَنْ أَيْ

هوى يفرق الأمة ويمزق الجهود: [واعتصموا بحبل

الله جميعاً ولا تفرقوا]».

- دعت الندوة المؤسسات الدعوية والإعلامية في

العالم الإسلامي الى تحقيق التواصل والتعارف مع

شعوب العالم، وأخذ المبادرة في قيادة الحوار بين

الحضارات والثقافات المختلفة، وطالبت رابطة العالم

الإسلامي بتبني المبادرة التي تضمنتها كلمة سمو

ولي عهد المملكة في افتتاح الندوة حول الحوار بين

الحضارات، وأكدت أن التواصل والتعارف مع

الشعوب الأخرى من أهم وسائل التعريف بالإسلام،

وأبانت أن هناك قضايا ومشكلات كثيرة مشتركة بين

الأمة المسلمة والأمم الأخرى، ينبغي أن تكون مبادرة

حلولها بيد المسلمين، الذين هيأ الله سبحانه وتعالى

لهم منهاجاً متكاملًا لمعالجة قضايا الحياة وحل

مشكلاتها، وطالبت مؤسسات الإعلام في العالم

الإسلامي بتسخير الكلمة الطيبة في دعوة الناس الى

عبادة الله: [قل يا أهل الكتاب تعالوا الى كلمة سواء

بيننا وبينكم ألا نعبد إلا الله ولا نشرك به شيئاً ولا

يتخذ بعضنا بعضاً أرباباً من دون الله فإن تَوَلَّوْا

فَقُولُوا أَشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ]».

المنهل (الإصدار السنوي)



جريمة تعادل في بشاعتها قتل أبناء الإنسانية كلها:
[أنه من قتل نفسا بغير نفس أو فساد في الأرض
فكأنما قتل الناس جميعا ومن أحياها فكأنما أحيا
الناس جميعا].

- استتكرت الندوة الهجمات الإعلامية المقرضة
التي تتطلق بدوافع غير إنسانية من شأنها تأجيج
الصراع بين الحضارات والأمم. وأكدت إن أمام
المنظمات الإسلامية وفي مقدمتها رابطة العالم
الإسلامي مهام ضرورية في تبصير الناس بحقيقة
الإسلام، ومساواته بين الناس، ودعوته للتعاون بين
جميع الشعوب والأمم والأفراد، وطالبت مؤسسات
الإعلام الإسلامي بالعمل على ترشيد المسلمين
وتوحيد صفوفهم، وارانهم إزاء القضايا المثارة في
الساحتين الإسلامية والدولية.

- شكرت الندوة المملكة العربية السعودية التي
ترى وفق ما أعلن سمو ولي العهد في افتتاح الندوة
أن من واجبها تقديم العون والدعم لكل عمل إسلامي
رشيد، يهدف إلى توحيد الرأي بين المسلمين،
وإخلاص عملهم له سبحانه وتعالى وحده، وإن ما
تواجهه الأمة المسلمة اليوم من حملات تطاولت على
دينها وعلى مقدساتها، وعلى رموزها، وعلى
منهجها، يحتاج إلى معالجة حكيمة وتعامل بصير،

الدنيا والآخرة} وقوله: [لَعَنَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ بَنِي
إِسْرَائِيلَ عَلَى لِسَانِ دَاوُدَ وَعِيسَى ابْنِ مَرْيَمَ ذَلِكَ بِمَا
عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ كَانُوا لَا يَتَنَاهَوْنَ عَنْ مُنْكَرٍ
فَعَلُوهُ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ].

رابعاً: معالجة القضايا الإسلامية:

- حيث الندوة الملكة العربية السعودية التي
استمدت دستورها من دين الإسلام، وأقامت عليه
نظامها، وأشدت بالتزامها في الدفاع عن الإسلام،
ومواجهة ما يتعرض له الإسلام والمسلمون من
حملات ثقافية وإعلامية ظالمة، حرفت مقاصده،
والصقت به تهماً باطلة لا صلة له بها، ومن ذلك
لصق تهمة العنف والإرهاب به، وأكدت أن الإسلام
هو رسالة الله إلى الناس لتحقيق العدالة وتأميل
مهماني الرحمة بين الناس، ونشر السلام في
المجتمعات الإنسانية.

- أدانت الندوة جميع عمليات الإرهاب التي
حدثت في العالم منطلقة في ذلك من توجيهات
الإسلام الذي يحرم قتل النفس البشرية: [ولا تقتلوا
النفس التي حرم الله إلا بالحق]. وأعلنت أن
الإسلام الذي نظم العلاقة بين الأفراد والمجتمعات
بحرم قتل النفس الإنسانية بلا حق، واعتبر قتل الفرد

يعتمد على توجيه شريعة الإسلام: [قل هذه سبيلي
أدعو الى الله على بصيرة أنا ومن اتبعني وسبحان
الله وما أنا من المشركين].

خامسا: دعم الإعلام

الإسلامي وترشيده:

- دعت الندوة رابطة العالم الإسلامي الى تبني
مطلب سمو الأمير عبد الله بن عبد العزيز في وضع
ميثاق شرف للإعلام الإسلامي يراعي ظروف
العصر، ويلبي حاجة المجتمعات الإسلامية الى منابر
وأعية تستلهم مبادئ الإسلام العظيمة في توجيه
المجتمعات الإسلامية، وتوحيد الرؤية لدى الشعوب
والأقليات والمنظمات الإسلامية، وتكوين رأي عام
إسلامي موحد - وتوجيه وسائل الإعلام في البلدان
الإسلامية الى القول السديد والرأي الرشيد،
والوسطية في البحث والمعالجة، وجمع الصف ووحدة
الكلمة، ونبذ العنف والشطط في القول والعمل،
والنظر الى المصالح العليا للأمة الإسلامية، فيما
بينها وفي علاقتها مع الأمم والشعوب الأخرى.

المنهض (الإصدار السنوي)

- طالبت الندوة أجهزة الإعلام الغربية بتطبيق
مبدأ الحيادية في التعامل مع القضايا الإسلامية،
وعدم الكيل بمكيالين في قضايا تدخل تحت مسمى
الإرهاب أو تحمل صفاته كما يحدث في فلسطين
المحتلة والشيشان وكشمير .

- أكدت الندوة على ضرورة قيام شبكة تلفزيونية
إسلامية فضائية تتحدث باسم المسلمين وتعلن وجهة
نظرهم في القضايا المصرية، وتشكل قناة تواصل
حضاري وإعلامي بينهم وبين الآخرين، مؤكدة أنه لا
يجوز أن يظل مليار ونصف الميار مسلم دون وسيلة
إعلامية إسلامية مستقلة في هذا العصر الذي
تتنافس فيه الأفكار والأيديولوجيات والمفاهيم على
اختلاف مصادرها وأهميتها وأهدافها .

- دعت الندوة إلى إنشاء مؤسسة اسلامية
للإنتاج الإعلامي تقوم بإنتاج البرامج باللغات العالمية
وتسويقها في أوروبا وأمريكا الشمالية وبقية أنحاء
العالم .

- أوصت الندوة حكومات العالم الإسلامي
ومنظماته بدعم الجاليات المسلمة في الغرب ممثلة في
منظماتها ومؤسساتها الفكرية والثقافية والاعلامية



لشؤون المسلمين... والى سمو ولي العهد الأمير عبد الله بن عبد العزيز آل سعود على رعايته لهذه الندوة، وتفضله بتوجيه كلمته التوجيهية التي أكد فيها على ثبات موقف المملكة الراسخ في الدفاع عن الإسلام والمسلمين، وكذلك على توجيهاته السديدة في كيفية معالجة الحملات المفرضة التي يتعرض لها الإسلام والمسلمون، كما التمسوا رفع برقية شكر وتقدير لسمو الأمير عبد المجيد بن عبد العزيز آل سعود أمير منطقة مكة المكرمة، على تفضله بافتتاح هذه الندوة تجسيداً لحرص المملكة على كل عمل يعود بالنفع على المسلمين.

كذلك أئنت الندوة على جهود رابطة العالم الإسلامي في مجالات الدعوة والإعلام الإسلامي مشيرة إلى ما تبذله في سبيل خدمة القضايا الإسلامية، وعقدتها هذه الندوة في الظروف الدولية الحالية تعبيراً عن حرصها المعهود والمشهود في التصدي لمسؤولياتها الجسيمة تجاه الأمة المسلمة.

أ.هـ. عبد الله بن عبد المحسن التركي

الأمين العام لرابطة العالم الإسلامي

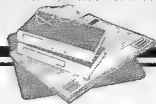
صدر في مكة المكرمة

١٤٢٢/٨/١٨ هـ - الموافق ٢٠٠١/١١/٢ م

باعتبارها جسراً للتواصل والحوار الحضاري بين المسلمين وغيرهم.

- قررت الندوة إن الإعلام ليس إثارة أو جدالاً، وإنما هو وسيلة عرض، وأداة لخدمة الحقيقة، وأكدت على ضرورة التقيد بضوابط العدل في تناول والعرض والمعالجة الإعلامية، والبعد عن الشطط وتجنب الهوى في كل قول ورأي: [ومن أضل ممن اتبع هواه بغير هدى من الله]، وأكدت على الإعلاميين المسلمين أهمية التقيد بمحاسن المنهاج النبوي في الخطاب، وهو منهاج لا يقبل إلا الحسن، ولا يستعمل إلا الكلم الطيب الذي امتدح الله به عباده الصالحين بقوله: [وَهْدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَهْدُوا إِلَى صِرَاطِ الْحَمِيدِ] وما أمر الله سبحانه به عبادة: [وقل لعبادي يقولوا التي هي أحسن].

وفي ختام قراراتها وتوصياتها التمست الندوة من معالي الأمين العام لرابطة العالم الإسلامي رفع برقيات شكر وتقدير إلى خادم الحرمين الشريفين الملك فهد بن عبد العزيز آل سعود لمواقفه الإسلامية العظيمة ولمواقف المملكة العربية السعودية المساندة لقضايا الأمة الإسلامية. ورعايته الكريمة والمستمرة



تعد الجامعة العربية إحدى المنظمات الإقليمية التي تقوم بدور فريد من نوعه إذا ما قورنت بمنظمات إقليمية أخرى في العالم. فبجانب كونها منظمة تمثل وعاء للسياسة العربية المشتركة تجاه القضايا المختلفة التي تواجه العرب سواء داخل الوطن العربي أو خارجه، فقد أنيط بالجامعة العربية القيام بالعمل الاعلامي العربي المشترك ولا سيما بخصوص مسألة الصراع العربي الاسرائيلي. ودراسة الاعلام العربي المشترك، وهو الوظيفة الاعلامية التي تقوم بها الجامعة العربية نيابة عن العرب، وبالاشتراك مع الدول العربية وتحت اشرافها، لا يمكن أن تتم إلا في إطار دراسة واقع الجامعة العربية، فأى نشاط إعلامي تقوم به الجامعة العربية، بحكم كونها التنظيم القومي العربي، نابع من الإرادة الجماعية للدول العربية ويعبر عما اتفقت عليه الدول العربية داخل الجامعة.

وقد ظهرت الجامعة العربية إلى الوجود في مارس عام ١٩٤٥، نتيجة للتطورات الدولية والصراع الدولي للسيطرة على المنطقة العربية، ونمو الوعي القومي، وتزايد الشعور بالهوية العربية الذي صاحب حركات التحرير التي سادت في تلك الفترة. وهكذا

الاعلام العربي المشترك الواقع ، المستقبل ، الاستراتيجية

بقلم : **د. ياسين لاشين**
أستاذ الاعلام والرأي العام - بكلية الاعلام
جامعة القاهرة - مصر

النهال (الإصدار السنوي)

الكاتب في مطور

دكتوراه في الرأي العام
الامريكي.

- أستاذ مشارك - قسم الاعلام -

جامعة الملك سعود - الرياض .

- عمل استاذاً في عدة جامعات

في الولايات المتحدة -

وسنغافوره - وماليزيا - ومصر -

وليبيا .

- عمل مستشاراً في العديد من

الشركات والمؤسسات الدولية :

منها (اكاديمية التنمية الدولية

بواشنطن والهيئة العامة

للاستعلامات ومركز الاعلام

والتعليم والاتصال بمصر) .

- اشرف على الجهود الاعلامية

للحملة القومية لمكافحة خطر

الادمان . - بجمهورية مصر

العربية .

- عمل مستشاراً تسويقياً لعدد

من الشركات الكبرى في

مصر .

حضر وشارك في عدد من

المؤتمرات العربية والدولية .

- قدم حوال (٢٨) بحثاً في

مجال التخصص .

جاءت الجامعة العربية، كمنظمة اقليمية، وكمؤسسة
يجسد فيها العرب آمالهم القومية في مقابل ما كان
يقوم به الصهاينة من محاولة خلق كيان صهيوني
يدعم من القوى الكبرى وفي مقدمتها بريطانيا
والولايات المتحدة.

وعلى الرغم من قوة المد القومي العربي الذي
صاحب ميلاد الجامعة العربية وتطورها، فقد أدت
التغيرات الدولية والقطرية إلى الحد من فعالية هذه
المنظمة، ومع ذلك ظلت الجامعة العربية كتنظيم عربي
قومي تضم أطر الأنشطة والممارسات العربية
المشتركة المعبرة عن الإرادة العربية، والتي يعبر عنها
الاعلام العربي المشترك. وما يشير الى الى أهمية
الدور الاعلامي للجامعة العربية، تخصيص جزء كبير
من موازنتها للإنفاق في المجالات الإعلامية.

وتأتي أهمية الدور الاعلامي للجامعة العربية
ليس من كونها منظمة اقليمية فحسب، وإنما لكونها
أيضاً منظمة قومية تمثل دولا تضم شعوباً وجماعات
تتمتع بسماح مشتركة نادراً ما تتوفر في أعضاء أية
منظمة اقليمية أخرى - كما أن التحديات التي تواجه
الدول العربية تحديات مصيرية ومشتركة، وعلى رأس
هذه التحديات مقاومة الاستعمار العسكري الوحيد
الباقى في هذا العالم وهو الاستعمار الاسرائيلي
للأراضي العربية، وإتهام العرب والمسلمين بالإرهاب
بعد وقبل أحداث تفجيرات مبنى التجارة العالمي في
نيويورك ومبنى وزارة الدفاع الامريكية بواشنطن.

وتشير تطورات الأوضاع الدولية، منذ نشأة
الجامعة العربية وحتى بدايات القرن الواحد

توضح أن الوضع الدولي لا يبشر بالخير. ورغم التهديدات التي تواجه الأمة العربية، فإن بعض المحللين للموقف العربي يشيرون إلى أن مواقف الدول العربية تبدو في وضع لا يشير إلى الاتفاق، لدرجة أن إحدى القنوات الفضائية العربية تساءلت وأشارت إلى أن العرب فقدوا حتى القدرة على الشجب والاستنكار!

ورغم الانتقادات، تشير المواقف المعلنة لحكومات عربية ونتائج اجتماعات وزراء الخارجية ووزراء الاعلام العرب وتصريحات الرئيس الأمريكي بوش والرئيس الفرنسي شيراك وتصريحات رئيس وزراء بريطانيا توني بليير وخطاب بوش امام الجمعية العامة للأمم المتحدة في نوفمبر ٢٠٠١م، كل هذه الاحداث تشير الى بوادر أمل في تغيير موقف أمريكا والغرب من قضية فلسطين وهي جوهر الصراع في الشرق الأوسط، وربما كانت وراء الاحداث التي هزت أمريكا والعالم في ١١ سبتمبر ٢٠٠١. ولكن نتائج تطور الصراع في أفغانستان، وما يبدو من تبحر الوعود الأمريكية لباكستان وما نكره الأمين العام لجامعة الدول العربية السيد/ عمرو موسى من أن منطقة الشرق الأوسط تتعرض حالياً لأكبر عملية «نصب سياسي» مسالة يجب النظر إليها بعيون مفتوحة وتثير الكثير من التساؤلات وعلامات الاستفهام.

ومما لا شك فيه أن المتغيرات الدولية والاقليمية والقطرية التي مرت بها المنطقة العربية لها تأثيراتها التي انعكست على فعالية الجامعة العربية وفعالية

**** على الجامعة العربية تفصيل جزئ كبير من ميزانيتها للانفاق في المجالات الاعلامية. ** الاعلام العربي المشترك يحمل في طياته الجينات الوراثية للدول العربية. ** الخلافات العربية العربية (سيست) الاعلام.**

والعشرين، الى أنها في غير صالح الدول العربية. فمنذ الغاء بريطانيا انتدابها على فلسطين وتمكينها لليهود من اقامة دولتهم، وصنوع قرار الامم المتحدة رقم ١٤٨ بتقسيم فلسطين، وهزيمة عام ١٩٤٨، وحرب ١٩٦٧، وضرب المفاعل النووي العراقي، واحتلال جنوب لبنان، وحرب الخليج الثانية وتهديدات اسرائيل بضرب مزارق حيوية في دول مجاورة، والممارسات الاسرائيلية الإرهابية ضد الفلسطينيين، والتأييد الواضح لاسرائيل من قبل أمريكا وبريطانيا والاتحاد الأوروبي والذي ظهر واضحاً في مؤتمر (ديربن) في جنوب أفريقيا عام ٢٠٠١، وحتى تهديد أمريكا بضرب معاقل الارهاب - على حد قولها - في بعض الدول العربية والاسلامية. كل هذه الحقائق

المفصل (الإصدار السنوي)



وقد فرضت أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ هذه مسؤولية جديدة على عاتق الجامعة العربية تتلخص في دعم الجاليات العربية في الخارج وخاصة في غرب أوروبا وأمريكا.

الوظائف الثلاث الأولى يفترض أن تقوم بها الجامعة العربية من خلال أجهزتها الاعلامية على مستويين:

المستوى الأول: هو المستوى الداخلي في أرجاء الوطن العربي حيث يهدف الاعلام العربي المشترك الى تحقيق تعريف المواطن العربي بالجامعة وأنشطتها، وتنمية الوعي القومي العربي، وربط الولاء القطري بالولاء القومي العربي والقضاء على ما قد يطرأ من تناقضات بين الولاءين - القومي والقطري.

أما المستوى الثاني: فهو المستوى الخارجي حيث تعمل الأنشطة الاعلامية للجامعة العربية على مساندة السياسة الخارجية للعرب وتصحيح صورتهم التي شوهها الاعلام الاسرائيلي والغربي وبعض تصرفات بعض العرب أنفسهم. وقد ازدادت مهام الاعلام العربي المشترك حساسية وصعوبة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م التي وقعت في نيويورك وواشنطن، واتهام العرب والإسلام بالوقوف وراء هذه الاحداث ودعم مرتكبيها. كما تم الاعتداء على أفراد الجاليات العربية والإسلامية وأماكن عبادتهم واعتقالهم والتضييق عليهم، ولم يسلم من ذلك الأمريكان والأوروبيون من أصل عربي. هذه المعطيات الدولية الجديدة، ألقت مسؤولية مضاعفة على الاعلام العربي بشكل عام والاعلام

أنشطتها الاعلامية بالتالي. فالاعلام العربي المشترك يحمل في طياته الجينات الوراثية للدول العربية والتي تظهر تأثيراتها واضحة جلية في القرارات السياسية والاعلامية التي تتخذها المنظمة العربية ومدى تنفيذ هذه القرارات.

ويؤكد هذه الحقيقة عدد من الباحثين العرب (الجمال ١٩٨٦) عندما وجدوا أن الاعلام العربي المشترك أسير وخاضع للمتغيرات الدولية والقطرية (العربية)، كما انه يفتقر الى القوة الذاتية التي تمكنه من القدرة على الحركة والفاعلية بلا قيود. والحقيقة الملفتة للنظر، هي أن الجامعة العربية أصدرت العديد من القرارات الاعلامية من خلال مؤسساتها المسؤولة عن صنع هذه القرارات، ولكن معظم هذه القرارات لم يتم تنفيذها لعدة أسباب كان من أهمها اختلاف السياسات العربية القطرية، وبالتالي اختلاف التوجهات الاعلامية للدول الأعضاء في الجامعة.

وظائف الاعلام العربي المشترك:

وفقا لميثاق الجامعة العربية، تتلخص الوظائف الموكلة الى الاعلام العربي المشترك في ثلاث نقاط أساسية هي:

أولاً: الاعلام عن الجامعة العربية وأنشطتها وتعميق الاحساس بوجودها في كيان ووجدان الإنشيان العربي.

ثانياً: التعبئة المعنوية والسياسية والقومية للجماهير العربية ورفع معنويات العرب.

ثالثاً: الاعلام عن الأمة العربية وقضاياها المصيرية.

نفس الوقت كان هناك حرص على الحفاظ على نموذج معين لتوازن القوى داخل النظام العربي ذاته.

ونتيجة لذلك أصرت الحكومات العربية على أن تتولى الاعلام العربي القطري الداخلي، وأن تقتصر الوظيفة الاعلامية للجامعة العربية على الدعاية للأقطار العربية وتزويد الصحف العربية بالبيانات ومراقبة ما ينشر عن الدول العربية وتزويد الجامعة بكل ما له اتصال بالدعاية والنشر (مادة ٢، قرار مجلس الجامعة ٢١٢٧/د - ٤٣/٤٧).

وفهم مما سبق أن الاعلام العربي المشترك - من خلال الجامعة العربية - حتى وهو يمارس مهام تعريف المواطن العربي بأنشطة الجامعة، يجب أن يمر من خلال حراسة بوابة الصحف القطرية من كل دولة عربية؛ ومن هذا الاطار أيضاً رفضت الدول العربية إنشاء مكاتب إعلامية للجامعة بعواصمها في حين قبلت هذه الدول إنشاء مكاتب لمنظمات دولية أخرى - غير عربية - في عواصمها! وليس هناك من تفسير لهذا الموقف سوى الخوف من أن تستخدم هذه المكاتب للتدخل في الشؤون الداخلية للدول أو للقيام بأعمال غير مرغوب فيها .

هذا الشك العربي - العربي، كان سبباً رئيسياً في اخفاق الجامعة، وإعلامها، ولم تتجح حتى الجهود الرامية الى افتتاح مكاتب إعلامية للجامعة بوزارات الاعلام للدول الأعضاء تكون مهمتها النشر عن الدول وتقديم ما يرغب في نشره الى وزارات الاعلام فيها، فقد قوبل هذا الاقتراح بالرفض من

العربي المشترك بشكل خاص . ومن أهم جوانب هذه المسؤولية تدعيم موقف الأقليات العربية في الغرب وتدعيم أواصر الارتباط بهم والدفاع عن صورة العرب والاسلام تجاه هجمة شرسة من وسائل الاعلام الغربية والتي تتخذ موقفاً واضحاً في سلبيتها إن لم يكن عداؤه للعرب والاسلام .

والسؤال . هل فشل أم نجح الاعلام العربي المشترك في القيام بهذه الوظائف؟ وما هي توقعات فرص النجاح أو الفشل في المستقبل؟ .

إن الاجابة على هذا السؤال الأول تستلزم مقارنة الأهداف بالنتائج، أقصد أهداف الاعلام العربي المشترك كما تمت صياغتها في ميثاق وأنظمة عمل الجامعة بنتائج أنشطتها الاعلامية . وحتى تكون هذه المقارنة ذات جدوى، وحتى يمكن تعلم الدروس المستفادة منها، وحتى يمكن الحكم على نجاح أو فشل النشاط الاعلامي العربي المشترك، من الضروري دراسة الظروف الخاصة بالجامعة العربية ذاتها، والظروف المحيطة بها .

الماضي . . دروس وعبر :

عندما أنشئت الجامعة العربية عام ١٩٤٥، كان من المفروض أن تنوب النزعات القطرية الضيقة لصالح المصالح القومية داخل هذا الاطار العربي الشامل، ولكن ما حدث هو العكس . فقد سعت الحكومات العربية - نتيجة لخلافاتها واختلافاتها - الى تدعيم مكانتها ونفوذها داخل أقطارها . وفي

المجلد (الإصدار السنوي)



أقطار وإبراز القضايا المصرية العرب من أساسيات الاعلام العربي المشترك

واحتلال اسرائيل لسيناء والجولان والضفة الغربية
لنهر الأردن. وقد أدت أحداث ١٩٦٧م الى سيادة
الشعور بالاحباط والمهانة والتمزق بين العرب مما
استدعى اعادة تحديد وظائف الاعلام العربي
المشترك فيما يلي:

أولاً: تعريف الرأي العام العربي بنشاطات
الجامعة:

ثانياً: زرع الثقة في نفوس العرب بأنفسهم
ويتجهزتهم الاعلامية.

ثالثاً: التعريف بقضايا الوطن العربي وخاصة
القضية الفلسطينية والتعريف بالقيم الحضارية
للوطن العربي وأوجه تقدمه.

رابعاً: استقطاب التعاطف مع العالم العربي
وقضاياه.

وقد تلقى الاعلام العربي المشترك قوة دفع كبيرة
بعد انتقال الجامعة الى مقرها المؤقت في تونس اثر

جانب معظم الحكومات العربية، وحتى نظام مراسلى
الجامعة في الأقطار العربية، ومن المحترفين من
أبنائها، كانت الخلافات العربية- العربية سبباً في
إفشاله وإنهائه، وهكذا عجز الاعلام العربي المشترك
عن الاتصال المباشر بالجامهير العربية طيلة
العشرين سنة الأولى من حياة الجامعة العربية.

وخلال النصف الأول من الستينيات من القرن
العشرين، واجهت العالم العربي عدة أحداث كان في
مقدمتها محاولات اسرائيل تحويل مجرى نهر
الأردن، ولجوء بعض الأنظمة العربية الى القوة لحل
خلافاتها مع أنظمة عربية أخرى، وظهور الصراع
بين ما سمي في ذلك الوقت بالنظم التقدمية والنظم
الرجعية.

كل ذلك أدى الى عقد مؤتمر القمة العربية
الأول والثاني عام ١٩٦٤ بهدف رأب الصدع العربي
واتخاذ موقف تجاه محاولات اسرائيل لتحويل مجرى
نهر الأردن.

وقد استجاب الاعلام العربى المشترك بفاعلية
لنتائج انعقاد هذين المؤتمرين في نطاق الجامعة
العربية، فقد أدى التماسك والتضامن العربى الذى
ظهر خلال هذين المؤتمرين الى تحفيز الاعلام العربى
حيث خولت الدول العربية الجامعة القيام بالدفاع عن
الوطن العربى والقضايا العربية وتقديم صورة
متناسكة لوطن عربى كبير تعمل فيه قوى فعالة في

سبيل التقدم والرفاهية والاستقرار.

وقد استمرت وظيفة الإعلام العربي المشترك تدور
في الإطار السابق حتى حدثت نكسة عام ١٩٦٧م

الخلافات العربية العربية بعد توقيع مصر لاتفاقية كامب دافيد - وترجع هذه الدفعة الى اهتمام الأمين العام للجامعة بالنواحي الإعلامية، حتى ان بعض الباحثين اطلقوا على مرحلة الشاذلي القليبي «المرحلة الاعلامية للجامعة العربية».

وبعد عودة الجامعة العربية الى مقرها الأساسي في مصر وتولى د - عصمت عبد المجيد منصب الأمين العام، كان من المنتظر أن تستمر الجامعة في نفس الاتجاه، إلا أن حرب الخليج الثانية وما اكبتها من تطورات الأحداث كان لها أثر سيء على المواطن العربي الذي شاهد وعانى من انقسام السياسة العربية تجاه أحداث الحرب من دول مؤيدة وأخرى معارضة.

واضطرت الأنظمة العربية الى خوض حرب يوجه فيها العربي سلاحه لصدر أخيه - وقد القت غمامة هذه الظروف بظلامها على الاعلام العربي

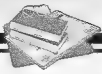
**كثير من
الدول العربية ارتبطت
بتراتها الاقتصادية
بالمزاج السياسي
لأنظمتها**

وأثقلت كاهله بعبء جديد وهو إعادة إحياء الاحساس القومي في نفس المواطن ونبض الشارع العربي، وهو جهد سيستلزم سنوات طوال من العمل العربي المشترك ومن الاعلام العربي المشترك من جانب القيادة الجديدة للجامعة العربية والتي تتمثل في شخص أمينها العام السيد/ عمرو موسى الذي تنظر اليه الشعوب العربية وحكوماتها نظرة أمل لتاريخه المشرف وقدراته، مما جعل العرب حكومات وشعوباً يجمعون على ترشيحه واختياره أميناً عاماً لجامعتهم.

تطورات الوضع الراهن :

إن المتتبع لتطورات الأحداث في العالم وخاصة في المنطقة العربية في الوضع الراهن يمكن أن يلاحظ ما يلي:

أولاً: انه في الوقت الذي يزداد فيه الرأي العام العربي نضجاً وقدرة على القيام بدور فاعل في الشأن العربي العام، بسبب تنامي إحساسه القومي والاسلامي وعدم ثقته في قيام أمريكا والغرب بدور محايد في قضايا الصراع في المنطقة وفي مقدمتها قضية فلسطين، فإن معطيات الظرف الدولي الحالي تجعل الإرادة السياسية الرسمية العربية تعاني من تقاعس وعدم رغبة أو حتى خوف من التعامل الجاد مع الموقف الدولي ومع العدو الصهيوني وعلى رأسه حكومة شارون - والقضية هنا هي أن تطلعات الشعوب أعلى من قدرات الحكومات والجامعة العربية.



المتوسط أو الأطلسي لعدم ثقته في أنظمة ارتبطت
قراراتها الاقتصادية بالمزاج السياسي لأنظمتها
السياسية بكل مآلها وما عليها .

ساسا : رغم انضمام معظم الدول العربية
لنظمة التجارة العالمية أو سعيها للإنضمام،
واستضافة دولة قطر لمؤتمر المنظمة هذا الشهر
(نوفمبر ٢٠٠١) وظهور تأثير التكتلات الاقتصادية
على أعمال وقرارات وسياسات هذه المنظمة، فإن
الدول العربية مازالت تطف في ثبات عميق بخصوص
اتخاذ خطوات جادة نحو إنشاء السوق العربية
المشتركة وإزالة الجمارك ورفع مستوى التجارة
البينية العربية. ويتزامن هذا مع استمرار سيادة
نموذج الصانع الرديء والتاجر الجشع والمستهلك
الذي يفضل المنتج الأجنبي الذي ربما كان أفضل
جودة وأقل سعراً . هذا الأمر يستدعي وقفة جادة
وعملاً أميناً ومطالبة حازمة لرجال الصناعة
والاستثمار العرب بتدارك هذه الأخطاء بتحقيق
جودة الانتاج وتخفيف العبء عن كاهل المستهلك
العربي واستعادة ثقته بالمنتج العربي . كما أن
الحكومات العربية والقادة العرب والاعلام العربي
مطالبين بتوعية المستهلك العربي وترغيبهم وحثهم
على تفضيل المنتجات العربية كما فعل ويفعل العديد
من زعماء دول العالم

سابعا : حدوث طفرة في الاعلام العربي، وظهور
فضائيات عربية جادة وجذابة لا تقل عن مثيلاتها في
دول متقدمة، لكن يلاحظ عليها: عدم التنسيق فيما

ثانياً: انه رغم الإتفاق الشكلي بين الدول الغربية
لدعم القضية الفلسطينية، وقضايا تحرير الجولان
والضفة الغربية والقدس ومزارع شبعا وجزر
الامارات، إلا أن الرؤى القطرية لكيفية التعامل مع
هذه القضايا تختلف من دولة لأخرى نتيجة
لإرتباطات مسبقة أو مصالح أو خوف من تهديد
خارجي أو حتى من داخل المنطقة .

ثالثاً : رغم مرور أكثر من عشر سنوات على
حرب الخليج الثانية، فإن آثارها وتداعياتها مازالت
ماثلة، كما أوجدت هذه الحرب شرخاً وتمزقاً في
الوجدان العربي بين تعاطف مع الشعب العراقي
ومعاناته وتشكك في النوايا العراقية، الأمر الذي
يحتاج لجهد عربي أمين ومخلص لمعالجته .

رابعاً : عدم توحيد الإرادة العربية في تعاملها مع
القضية الفلسطينية نتيجة لضغوط خارجية ولانشغال
الدول العربية بمشكلاتها سواء الخارجية أو الداخلية
أو العربية العربية، ووجود شعور لدى بعض الدول
العربية بعدم جدوى التعاون مع نظيراتها العربية .

خامساً : رغم كل ما تتعرض له رؤوس الأموال
العربية في الخارج من مخاطر، وهذه الأموال قادرة -
بعودتها الى المنطقة العربية - على أن تجعل هذه
المنطقة بلداً تقدم المساعدات الاقتصادية بدلاً من
استجداثها، فإن رأس المال العربي مازال قابلاً في
بنوك أوروبا وأمريكا وأقصى الشرق ويتردد في عبور

القول، الأمر الذي يستدعى مقاومة هذا التوجه إعلامياً وسياسياً واقتصادياً وحضارياً.

وهكذا.. يواجه العرب وإعلامهم وجامعتهم

عددًا من التحديات التي تفرضها عليه الظروف العالمية والإقليمية التي يعيشها العالم ونحن في بداية القرن الواحد والعشرين، وتتمثل أهم هذه التحديات فيما يلي:

١ - دعم الشعب الفلسطيني والقيادة الفلسطينية في كفاحه ضد العدوان والاستعمار الاستيطاني الاسرائيلي واقامة دولته المستقلة كاملة السيادة وعاصمتها القدس العربية، وتنبيه العالم الى مغبة التفاضي عما ترتكبه اسرائيل من جرائم ضد الشعب الفلسطيني وقيادته.

٢ - وضع خريطة السلام في الشرق الأوسط وأهمية اخلاء هذه المنطقة من اسلحة الدمار الشامل على نفس أهمية القضايا الدولية الأخرى كفضية مكافحة الإرهاب وجعل هذه القضايا دائماً في بؤرة الاهتمام العالمي.

٣ - التصدي للهجوم الشرس الذي يتعرض له العرب والإسلام من جانب وسائل اعلام غربية ووسائل الاعلام الاسرائيلية واتهامها العرب بالاصولية والإرهاب ودعم المنظمات الإرهابية.

٤ - التصدي لمحاولات الخلط بين أعمال حركات ومنظمات المقاومة المشروعة وأعمال المنظمات الإرهابية.

بينها في المواقف والمعالجة حينما تتناول القضايا العربية الحيوية، وتبعيتها المظلمة أو الواضحة للسياسات الوطنية لدولة المقر، بجانب توجيهها الى المشاهد والمستمع العربي، مع إهمالها لمخاطبة الرأي العام العالمي بلغته ومنطقه وعدم استفادتها من العلماء العرب المتخصصين في الرأي العام الأمريكي والغربي. والفائدة الواضحة للفضائيات العربية - وغيرها - هي الغاء لغة الاستهلاك المحلي التي كانت تسود هذه المنطقة في فترة من الفترات وعدم جدوى استخدامها.

ثامناً: الدعم المتواصل لإسرائيل من جانب
الولايات المتحدة وبريطانيا والاتحاد الأوروبي، ويظهر هذا الدعم من أشكاله العسكرية والاقتصادية والسياسية والتي كان آخرها موقف أمريكا وموقف الاتحاد الأوروبي في مؤتمر مكافحة العنصرية الذي عقد (بدرين) بجنوب أفريقيا عام ٢٠٠١.

تاسعاً: تزايد الحملات الغربية والإسرائيلية ضد
الإسلام والمسلمين والربط بين الدين وأصحابه وبين الإرهاب رغم وجود حركات إرهابية في الأديان الأخرى وفي مقدمتها المتطرفين اليهود ورئيس حكومة إسرائيل الحالية. والملاحظ تزايد التوجه الغربي نحو معاداة الاسلام والمسلمين على الأرض واقعاً ملموساً، وتزايد النفى الاعلامي والسياسي لهذه المعاداة، فالفعل من هذا الخصوص يتنافى مع



الجامعة العربية انضمت في تكوين وتشكيل اسلام عربي موحدة

- ١١ - إزالة التناقضات بين الانتماء القطري والقومي لدى الشعوب العربية.
- ١٢ - إزالة حالة الاحساس بالثقت والشعور بالضعف التي يعيشها النظام والشعب العربي.
- ١٣ - رفع الروح المعنوية للشعوب العربية.
- ١٤ - مواجهة أسباب النزاعات والخلافات العربية العربية والعمل على حلها في اطار عربي.
- ١٥ - وضع آلية عربية وسرعة تنفيذها للفصل فيما يثار من قضايا وخلافات بين الدول العربية، وتمثل هذه الآلية في محكمة العدل العربية.
- ١٦ - التعاون مع المجالس العربية كمجلس التعاون الخليجي والاتحاد المغاربي وغيرها، والعمل الصادق الجاد على ألا تشكل هذه المجالس بديلا للجامعة العربية.
- ١٧ - تهيئة المناخ المناسب للتقبل العربي لفكرة الوحدة العربية أو المواطنة العربية بالبعوة الى مؤتمرات عربية في مجال التعليم لإزالة الاختلافات بين المناهج وتوحيدها، وفي مجال التبادل التجاري والجمارك ومجالات الصحة والاعلام

- ٥ - التصدي لمحاولات عزل بعض الدول العربية عن المظلة العربية بوصفها بالارهاب أو بالتخطيط للعدوان وتطبيق العقوبات السياسية والإقتصادية والعسكرية عليها.
- ٦ - استيعاب مقتضيات ما بعد الحرب الباردة، ومقتضيات التعامل مع الظروف التي يعيشها العالم تحت نظام الهيمنة الأحادية القطب، والعمل الجاد لإثبات الوجود العربي وفاعليته في النظام الدولي.
- ٧ - الدفاع عن المصالح الاقتصادية العربية في مواجهة التكتلات الاقتصادية الأخرى وبالتعاون معها في اطار تبادل المصالح.
- ٨ - تعميق وتنفيذ الاتفاقيات الاقتصادية بين الدول العربية والعمل على زيادة حجم التبادل التجاري بين الدول العربية والاسلامية والافريقية والاسراع في جعل السوق العربية المشتركة حقيقة واقعية.
- ٩ - العمل على التعاون والتفاعل مع المنظمات الاقليمية الأخرى وخاصة تلك التي تضم دولا عربية في عضويتها مثل منظمة المؤتمر الاسلامي والمنظمات الافريقية والآسيوية، وتوطيد أو اصر الصداقة وتبادل المصالح والخبرات مع الاتحاد الأوربي والمنظمات الأمريكية.
- ١٠ - تخطيط وتصميم وتنفيذ برامج لربط العرب في دول المهجر بالوطن العربي وقضاياهم المصيرية وبرامج التنمية والاستثمار فيه بالإضافة الى مساعدتهم في الدفاع عن حقوقهم وقضاياهم وتنظيم أنشطتهم بما يحقق مصالحهم وأمنهم وبما لا يتعارض مع القوانين الوطنية لدول المهجر وأنظمتها.

**** دعم موقف**

الأقليات

العربية في

الغرب.

**** تشكيل**

الرؤية

المستقبلية

للأمة العربية

في كل

توجهاتها.

**** تطلعات**

الشعوب أعلى

من قدرات

الحكومات

والجامعة

العربية.

**** أزالة**

التناقضات بين

الانتهايين

القطري

والقسومي.

وغيرها، لتهيئة المواطن

العربي للتطبيق الحقيقي

لمفهوم الوحدة العربية

بجوانبها السياسية

والاقتصادية والثقافية

والعسكرية مع الاحتفاظ

بالتابع الوطني في

الامطار العربي.

١٨ - التصدى

لمحاولات تزوير الحقائق

التاريخية عن العرب

ومساهماتهم في

الحضارة العالمية في

الماضي والحاضر،

وابراز دور العلماء

العرب في الغرب

وأمریکا وتقديهم

خدمات للإنسانية

وربطهم بأوطانهم

والاستفادة من خبراتهم

العالمية وتقديرها.

١٩ - محاولات ابراز

أوجه الاتفاق بين

الاسلام والحضارة

العربية والديانات

الأخرى والحضارات

الأخرى واطهار أوجه

التعاون والتلاقى.

٢٠ - التصدى للمحاولات الرامية الى توسيع هوة

الاختلافات الطائفية والدينية والفقهية في الوطن

العربي والمقصود بها اضعاف النظام العربي

والثقافة المرجعية الشاملة للوطن العربي، واطهار

أوجه الاتفاق والتلاقى فيما بينها.

٢١ - العمل على تضيق الفجوة بين ما يتخذ من

قرارات وتطبيق هذه القرارات على أرض الواقع في

الدول العربية لإزالة ذلك الشعور السائد بأن العرب

يتخذون قرارات ولا ينفذوها.

٢٢ - التعاون المشترك مع الأجهزة الاعلامية في

الدول العربية وتوضيح فكرة أن الحكومات العربية لا

يجب أن تخشى من امتداد أنشطة الاعلام العربي

المشترك الى بلدانها، ذلك لأن التطورات في مجال

تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بددت هذه الأوهام

ومكنت الاعلام - إن شاء - من الخروج من نطاق

سيطرة الحكومات حتى أن مشاهدة مواطني بعض

الدول للفضائيات التي تبث من دول أخرى تفوق

مشاهدتهم لما تبثه الفضائيات الوطنية من بلدانهم.

نحو استراتيجية للاعلام العربي المشترك :

إن أية استراتيجية لتنفيذ الاعلام العربي

المشترك يجب أن توغل جيداً لخدمة أهدافه، كما

يجب على من يتصدى القيام بهذا العمل أن يضع في

اعتباره أننا نعيش في عالم متغير، وأن بعض

الأحداث الطارئة قد يكون لها من القوة ما يدعو

اطرافاً كثيرة الى إعادة حساباتها فأحداث سبتمبر



يكن الاقتناع لدى الرأي العام العالمي بأن سلام العالم وأمنه يرتبط بسلام وأمن الشرق الأوسط ومساعدة الفلسطينيين على إقامة دولتهم كاملة الاستقلال مع ضمان الأمن والسلام لجميع دول المنطقة على حد سواء.

رابعاً: اقناع شعب وحكومات وأحزاب اسرائيل بعدم جدوى سياسة القوة والحصار، وأن السلام والعدل هو الأساس القوي لأمن وسلامة وبقاء وجود ورفاهية جميع شعوب المنطقة بمن فيهم من يعيشون في اسرائيل.

خامساً: خلق وتدعيم الاحساس لدى الشعوب والحكومات العربية بأن قوتهم في وحدتهم وتكاتفهم، وبطرح السبل الاقتصادية والتعليمية والثقافية والاجتماعية التقريب بين العرب شعوباً وحكومات. **سادساً:** الربط الدائم بين العرب دولاً وشعوباً والعرب في بلاد المهجر، وإيجاد قنوات فعالة للتواصل الفكري والمادي لمساعدتهم عن الدفاع عن قضايهم وحقوقهم، بدين المساس بولاءاتهم المشروعة لدولة المهجر.

سابعاً: استخدام شبكة العلاقات الدبلوماسية وغير الدبلوماسية للقادة ورجال الاعمال والعلماء العرب وأصدقائهم لكسب متناصرين لقضايا العرب والسلام.

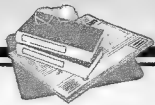
ثامناً: العمل على تنظيف منطقة الشرق الأوسط من الاسلحة النووية واسلحة الدمار الشامل، وأخضاع كل الانشطة النووية بالمنطقة لاشرف ورقابة وكالة الطاقة النووية الدولية.

٢٠٠١ أدت الى انقلاب في سياسات بعض الدول والى احراج دول أخرى والى اعادة صياغة لأهداف خارجية طالما أعلن عنها أصحابها. والجامعة العربية وإعلامها ليسا بمنأى عن العالم وما يدور فيه. وإذا كانت هذه هي الحال، فإن أية استراتيجية للإعلام العربي المشترك يجب أن تنقسم بما يلي:

أولاً: المرونة، إذ يجب أن تنقسم الاستراتيجية العربية للإعلام العربي المشترك، بخاصية امكانية إجراء تعديلات عليها وفقاً للظروف التي يمكن أن تطرأ على العالم أو جزء منه. وهذه المرونة تتطلب اليقظة وسرعة اتخاذ القرار استجابة للأوضاع الطارئة.

ثانياً: وهذه النقطة مرتبطة بالأولى وبما يليها، وهي ضرورة أن تقوم استراتيجية الاعلام العربي المشترك على الدراسة العلمية والعملية الشاملة للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في الدول والمناطق التي يوجه إليها الاعلام العربي المشترك وطبيعة العلاقات بين الدول العربية كل على حدة وكتجمعات وهذه الدول والمناطق، وينطبق ذلك على الدول العربية ودول العالم، بالإضافة الى أهمية دراسة طبيعة العلاقات بين الدول أو المناطق التي يوجه إليها مضمون الاعلام العربي المشترك والدول المعادية للعرب وقضايهم والنشاط الإعلامي والثقافي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي لهذه الدول المعادية في المناطق المقصودة.

ثالثاً: العمل الجاد على خلق الاحساس، إن لم



بحوث الاعلام في الوطن العربي الواقع والمستقبل

التغيرات الاعلامية الحالية والتقدم الكبير في تكنولوجيا الاتصال أدى الى وجود مئات بل الاف محطات الراديو والتلفزيون الأرضية والفضائية، الوطنية والقومية والعالمية، وأصبح أمام المستمع والمشاهد فرصة كبيرة في الاختيار والتنقل بين بدائل متعددة ومتاحة بوسائل تكنولوجيا أصبحت الى حد كبير في متناول يده. وقد أدى هذا التقدم وتزايد بدائل الاختيار الى تزايد الاهتمام بالابحاث العلمية في مجال الاتصال بمجالاته المختلفة، ليس فقط من قبل القائمين بالاتصال والمخططين في وسائل الاعلام، ولكن أيضا من قبل الجمهور المتلقي والباحثين أنفسهم، حيث تزايد الاهتمام من قبل هذه الفئات للأسباب التالية: [١]

١- ان الابحاث تمد المديرين والمخططين والقائمين بالاتصال بشكل عام في وسائل الاعلام المختلفة بالبيانات والمعلومات التي تجعل آراءهم - في ظل عالم متنافس - أكثر فاعلية للوصول الى أكبر قاعدة من الجمهور، ولأحداث أكبر تأثير ممكن للرسائل الاتصالية، هذا بالإضافة الى المساهمة في حل الكثير من المشاكل العملية التي تواجه العملية الاتصالية، التي تقيد الى حد كبير في أداء العمل بشكل أكثر فاعلية.

بقلم : د. محمد محمود المرسى

أستاذ الاعلام المشارك - جامعة الملك عبدالعزيز - جدة

المنهـل (الإصدار السنوي)

وتحل الطريقة التي يعمل بها، وممارساته المختلفة، وكيفية تطوير الأداء، والمشاكل التي يتعرض لها، وكيفية صنع قراراته... الخ.

ب - بحوث تركز على الرسالة: وهي بحوث تركز على تصنيفات المضمون كما وكيفا.

ج - بحوث تركز على الوسيلة: وهي تتناول شخصية وامكانات الوسيلة، والمقارنة بين الوسائل المختلفة.

د - بحوث تركز على الجمهور: من القراء والمستمعين والمشاهدين، وتركز هذه النوعية على الحصول على بيانات ومعلومات عنهم في مجالات عديدة مثل: النوع/ العمر/ التعليم/ الدخل/ الآراء/ المعتقدات/ الاتجاهات. وتركز أيضا على مدى رضائهم واشباعهم من الوسائل المختلفة.

هـ - بحوث تركز على التأثير: وهي تلك البحوث التي تركز على تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري على سلوكيات وأفكار ومعتقدات واتجاهات ومواقف جمهور المستقبلين.

- ومن دوافع زيادة الاهتمام بالبحوث الاعلامية عامة، وبحوث المستمعين والمشاهدين خاصة، تلك الارقام المتزايدة لأجهزة استقبال الراديو والتلفزيون، أيضا زيادة نسبة الاستماع والمشاهدة، مما يدفع بالأجهزة الاعلامية في اطار المنافسة فيما بينها، وفي اطار محاولة الاستحواذ على المستمع والمشاهد، الى زيادة اهتمامها واعتمادها على الابحاث العلمية

ب - محاولة تطوير النظريات لشرح التأثيرات المختلفة لوسائل الاتصال، ومحاولة فهم كيف تحدث مثل هذه التأثيرات، مع الوضع في الاعتبار السياق الاجتماعي والثقافي للمتلقي.

ج - ان الجمهور نفسه يهتم بالتأثيرات الواقعة عليه سواء أكانت ايجابية أم سلبية، ويهتم بشكل اكبر بالتأثيرات السلبية المحتملة لوسائل الاتصال.

- ومنذ منتصف الثمانينيات وحتى الآن أصبح الاتصال بشكل عام أكثر التصاقا ببناء المجتمع المعاصر، ويمكن ان نقرر ان النظر الى مكونات الحياة العامة، أو الحياة الخاصة في المجتمع يجب ان يضع الدور الرئيسي للاتصال في الاعتبار [٢].. مما يدعو الى أهمية الفهم الكامل لكافة أبعاد هذا الدور والتأثيرات المختلفة التي يؤدي اليها، وذلك في اطار الدراسات الجادة التي تجرى على وسائل الاتصال بشكل عام، والاتصال الجماهيري بشكل خاص، وفي كافة مجالات ومستوياته... فالباحثون في مجال الاتصال الجماهيري يهتمون بكل أوجه العملية الاتصالية قدر اهتمامهم بالتأثيرات المختلفة لهذه الوسائل على المستقبلين، وغالبية الدراسات التي يجريها الباحثون في مجال الاتصال الجماهيري تركز على كافة أوجه العمليات الاتصالية، بحيث يمكن تصنيفها الى الآتي: [٢]

أ - بحوث تركز على القائم بالاتصال: وهي بحوث تتناول كل ما يتعلق بالقائم بالاتصال، تصف

ووصفة خاصة في مجال بحوث المستمعين والمشاهدين ٠٠ فالارقام تشير الى ان عدد أجهزة الراديو في الولايات المتحدة الأمريكية تبلغ تقريبا اكثر من ضعف عدد السكان، ففي عام ١٩٩٤م بلغ عدد الاجهزة ٥٤٠ مليون جهاز، بالإضافة الى حوالي ثلث هذا الرقم (١٨٠ مليون جهاز) موجود بالسيارات، وكل منزل يوجد به على الأقل جهاز راديو واحد، وفي الخمس عشرة سنة الماضية ازداد اتجاه الاستماع الى محطات الـ FM خاصة بين الشباب والمراهقين، ومتوسط الاستماع للراديو بغض النظر عن العمر أو الجنس أو التعليم يصل الى ثلاث ساعات يوميا [٤]٠

- وفيما يتعلق بالتلفزيون فان ٩٩٪ من المنازل في الولايات المتحدة الأمريكية لديها على الأقل جهاز تلفيزيون واحد، و ٧٠٪ لديها أكثر من جهاز (احصاءات ١٩٩٥م)، كما ان التلفزيون الكابلي لديه



أكثر من ٦٠ مليون مشترك، أيضا فان جهاز التلفيزيون يظل مفتوحا بمتوسط سبع ساعات يوميا، ويبلغ متوسط مشاهدة الفرد للتلفيزيون حوالي ثلاث ساعات يوميا [٥]٠٠ أيضا فان التلفيزيون يحتل قمة وسائل الاتصال الجماهيري في المصادقية في الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة ٥٦٪، يليه الصحافة بنسبة ٢٢٪، ثم الراديو بنسبة ٧٪ [٦]٠

أيضا فقد أشارت الدراسات التي أجريت في انجلترا بين أعوام ١٩٨٦ - ١٩٩٦م الى ان معدل الوقت الذي يقضيه البريطانيون في مشاهدة التلفزيون بكل قنواته يبلغ حوالي ٣ر٣٠ ساعة في اليوم، أو من ٢٥ الى ٣٠ ساعة في الاسبوع، أو حوالي ١٥٠٠ ساعة في العام، كما ان التلفيزيون يظل مفتوحا أطول مدة ممكنة نظرا لاختلاف مواعيد المشاهدة بين أفراد المنزل الواحد [٧]٠

وفي مصر أشارت دراسة حديثة (١٩٩٦م) الى ان معدلات الاستماع للراديو بين الذين أجريت عليهم الدراسة وصلت الى ٤٠٪ (١٠ر٢٥٪ دائما، ٣٠ر٢٥٪ أحيانا) [٨]٠

وفي دراسة حديثة أخرى عن التلفيزيون في مصر (١٩٩٨م) اتضح ان معدلات مشاهدة التلفيزيون وصلت الى ١٠٠٪ بين مفردات العينة (٦٦ر٢٥٪ دائما، ٢٣ر٧٥٪ أحيانا)، أيضا اتضح ان ٥٣٪ يشاهدون التلفيزيون بين ثلاث وخمس ساعات يوميا [٩]٠٠ وتؤكد هذه النتائج دراسة أخرى (١٩٩٧م) اتضح منها ان ٥٧ر٧٪ من الذين



**** التليفزيون أصبح أضخم وسيلة اتصال جماهيرية ***

موضوعات هامة تفيد نتائجها في النهاية المسؤولين
في الدولة، كما تفيد المخططين لرسم السياسات
الاعلامية.

(٢) عدم وجود أجهزة بحثية كافية ومستقلة:
والمقصود هنا المؤسسات والاجهزة التي تمتلك
الامكانيات الكافية والكاملة لاجراء بحوث علمية على
مستوى عال من الدقة، بالاضافة الى استقلالية هذه
المؤسسات بما يضمن نتائج موثوق بها. والواقع
الفعلي في الدول العربية يشير الى افتقاد العديد من
هذه الدول لمثل هذه الاجهزة.

(٤) نقص الموارد المالية اللازمة لاجراء البحوث
الاعلامية:

وهذا جانب هام يؤدي الى محدودية هذه
الابحاث، ومحدودية نتائجها. فالباحث العلمي
يحتاج الى موارد مالية للصرف على الوجة المختلفة
لتنفيذه. وغالبا ما يكون هناك نقص في توفير مثل

أجريت عليهم الدراسة يشاهدون التليفزيون من ثلاث
الى أكثر من خمس ساعات يوميا [١٠].

المشاكل التي تواجه بحوث الاعلام في الوطن العربي:

رغم أهمية البحوث الاعلامية وبصفة خاصة مع
وجود مستجدات وتحديات اعلامية كبيرة على
مستوى الدول العربية، وعلى مستوى العالم، الا ان
بحوث الاعلام مازالت تواجه العديد من المشاكل على
مستوى دول الوطن العربي بصفة خاصة .. ومن
أهم المشاكل:

(١) عدم وجود وعي عام بأهمية البحث العلمي:
وهذا الجانب يعد من المعوقات الهامة لاجراء
أبحاث علمية موثوق في نتائجها. .. لأن انخفاض
نسبة الوعي بأهمية البحث العلمي سواء لدى
المستأهل أو المخطط أو رجل الشارع العادي يؤدي
الى:

أ - عدم الاهتمام بأجراء مثل هذه البحوث.
ب - عدم الاهتمام بتطبيق نتائجها اذا تم
اجراؤها.

ج - عدم اهتمام جهود وسائل الاعلام بالتعاون
في تطبيق مثل هذه البحوث.

(٢) صعوبة توافر مقومات الرأي العام بمفهومه
العلمي:

وهذا يؤثر بدوره على مجال هام من مجالات
بحوث الاعلام التي تتطلب قياس الرأي العام في

**** الدراسات الدقيقة للمعملية الاتصالية تفيد كثيراً في توجيه وسائل الاتصال الى الأفضل والأفضل.**

**** في عصر الفضاءات المفتوحة إذا أردنا المنافسة الحقيقية علينا أن نركن الى الدراسات الجادة في ميدان الاعلام.**

هذه الموارد سواء
على مستوى
المؤسسات والجهزة
البخثية، أو على
مستوى الأبحاث
الفردية للباحثين.

(٥) نقص الدعم
لأنماط معينة من
البحوث:

فإذا كان هناك
- كما ذكرنا - نقص
في الموارد المالية
اللازمة لاجراء
البحوث الاعلامية
بشكل عام، فانه
بشكل خاص هناك
فقر شديد، ونقص
كبير في الدعم
الموجه لاجراء
نوعيات معينة من
البحوث ولا سيما
تلك المرتبطة ببحوث
الرأي العام.

(٦) نقص
البيانات
والاحصاءات
وتضاربها:

وهي مشكلة لا تواجه فقط الدول العربية، لكنها
مشكلة عامة في دول العالم النامي.. وهي مشكلة
تواجه الباحث العربي الذي يواجه غالباً نقصاً حاداً
في البيانات والاحصاءات اللازمة لاختيار عينة
دراسية، واجراء واستكمال بحثه في مراحله
المختلفة.. وإذا ما توافرت هذه البيانات
والاحصاءات في بعض الجهات، يواجه الباحث
مشكلة أخرى وهي تضارب هذه البيانات
والاحصاءات واختلافها من جهة لأخرى، مما يؤدي
به الى الشك في دقتها.

(٧) الاجراءات الروتينية اللازمة لاجراء البحوث:
ففي العديد من دول الوطن العربي يواجه
الباحث سلسلة من الاجراءات الروتينية التي ينبغي
عليه ان يمر بها حتى يحصل على الموافقة على
اجراء البحث، وخاصة تلك البحوث المتصلة بجمهور
وسائل الاعلام، وبحوث الرأي العام.. أي البحوث
الميدانية بصفة أساسية.. ومثل هذه الاجراءات التي
تستتقد كثيراً من الوقت والجهد للانتهاء منها تتطلب
في بعض الدول العربية شهوراً عديدة للحصول على
الموافقة النهائية لاجراء البحث.. وقد تأتي هذه
الموافقة، أو لا تأتي.

(٨) عدم وجود تكامل بحثي على المستوى
الوطني/ وعلى المستوى العربي:

وهي مسألة تخطيط وتنسيق سواء على مستوى
كل دولة عربية على حده، أو على مستوى الدول
العربية بأكملها، أو أجزاء جغرافية منها، حتى يتم
اجراء بحوث متكاملة في موضوعات مختلفة على



Melvin L. Defleur, (1996), Op. Cit. (٣)
P.501

Joseph R.Dominick, "The Dynam- (٤)
ics of Mass Communication, Fifth edi-
tion, (U.S.A: The McGraw nill Com-
panies, 1996) P.487

Ibid, P. 490 (٥)

Ibid, P. 493 (٦)

Bob Mullan, Consuming Television: (٧)
Television and its audience (V.K:
Blackwell Publishers 1997) P.14

(٨) هبة أمين شاهين، استخدامات الجمهور في
مصر للشبكة الاخبارية المصرية CNE : دراسة
ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة
القاهرة: كلية الاعلام، ١٩٩٦) ص ١٣٦ .

(٩) عزة الكهكي، الآثار المعرفية للحملات الاعلامية
بالتلفزيون على الجمهور المصرى (في اطار نظرية
فجوة المعرفة)، رسالة دكتوراة، غير منشورة (جامعة
القاهرة: كلية الاعلام ١٩٩٨) ص ١٨٥ ، ١٨٦ .

(١٠) خالد صلاح، دور التلفزيون والصحافة في
توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا
العامة في مصر: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة
ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية
الاعلام ١٩٩٧) ص ٣٣١ .

(١١) سمير محمد حسين، بحوث الاعلام (القاهرة:
عالم الكتب ١٩٩٥) ص ٣٠ - ٤٠ .

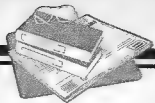
المستوى الوطنى/ وعلى المستوى العربى
ايضا [١١] .

هذه نماذج من بعض المشكلات التى تواجه
بحوث الاعلام على مستوى دول الوطن العربى بشكل
عام . . وينبغى أن نشير في النهاية أنه إذا أردنا أن
نطور من وسائل اعلامنا شكلا ومضمونا، وإذا أردنا
أن ننافس اعلاميا في عصر السماوات المفتوحة، فإنه
ينبغى أن يكون هذا التطوير وهذه المنافسة قائمة
على أسس علمية سليمة تستند الى نتائج أبحاث
علمية موثوق بها وبنائجها، كى تؤدى الى اتخاذ
القرار السليم في الوقت المناسب . . وإذا أردنا أن
نجرى مثل هذه الابحاث العلمية الاعلامية، فإنه
ينبغى بحث ودراسة كل المشاكل والمعوقات التى
تواجه بحوث الاعلام في الوطن العربى، والعمل على
توفير كل ما يساهم في اجراء وتنفيذ هذه البحوث
بشكل علمى دقيق .

الهوامش :

Melvin I, Defleur, Everette E. Den- (١)
nis, Understanding Mass Communica-
tion (U.S.A. Noughton Mifflin Com-
pang, 1996) P.P 497 - 499

John Corner, Philip Schlesinger, (٢)
Roger Silverstone, International Media
Research (london: Routledge, 1997)
P.9



الاعلام المحلي في عصر العولمة.. هل من ضرورة؟



يملي علينا سياسات أو اجراءات تتعارض مع
لوازم هذه الهوية ومصلحتنا الوطنية .

ولقد شهد ميدان الإعلام والثقافة في السنوات
القليلة الماضية تحولات وتطورات تكنولوجية (تقنية)
متسارعة أمكن معها تحقيق انفتاح إعلامي لم نشهد
له مثيلا أدى الى إغراق العالم برسائل إعلامية تبثها
وسائل إعلامية - غربية وشرقية - تحمل في طياتها
الكثير من المضامين التي تعتبر تعدياً على عقائد
وقناعات الناس التي ارتضاها الله لهم واعتنقوها .

إن التقدير الانفعالي لما تبثه هذه الوسائل
الاعلامية العابرة للحدود لا يعتبر الرد الكافي عليها

كجزء من هذا العالم تتوالى علينا تحديات
ما سمي بالعولمة يوماً بعد يوم مما يتطلب معه
إمعان النظر في هذا التيار وفهمه على حقيقته
بغية الوصول الى رؤية وطنية تتيح لنا التفاعل
والتعامل الإيجابي معه ومع أدواته وترتيباته
وآثاره بما يكفل لنا المحافظة على مصالحنا
الوطنية وهويتنا الثقافية التي هي مصدر اعتزاز
وفخر مع عدم السماح لهذا التيار العولي بأن

بقلم : د. علي بن طاهر القرني

قسم الإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز - جدة



الكاتب في تطور

- د. علي بن ظافر القرني :
- استاذ مساعد قسم الاعلام -
- جامعة الملك عبد العزيز -
- جدة .
- دكتوراه في دراسات
- الاتصال من بريطانيا
- ١٤٢٠هـ .
- شارك في تأليف كتاب
- (مقدمة في وسائل الاتصال)
- قدم عدداً من الاوراق
- والدراسات والبحوث .

وبالقدر الذي يعطي فيه مجتمع ما دوراً أكبر
لوسائل الاعلامية للعمل لهذه الغاية بالقدر نفسه
تكون النتائج والانجازات .

فوسائل الاعلام المقروء منها والمرئي والمسموع
يمكن أن تعمل كدوافع فاعلة مؤثرة في مسيرة
التقدم والنهضة شريطة أن تتوفر لها الشروط
الضرورية للقيام بهذا الواجب .



بالرغم من ايماننا بضرورته . لكن الطريقة المثلى -
في نظرينا - للتصدي لهذه المضامين التي تختلف
معها كثيراً هو تحسين المنتج المحلي وإزالة كافة
الصعوبات والمعوقات التي تعترض نراجح التجسين
والتطوير هذه وذلك لكي تتمكن وسائل الإعلام المحلية
من القيام بمهمتها والاستحواذ على جمهورها ورفع
مقدار حصانة هذا الجمهور حيال هذه المضامين .
فمن المعلوم بالضرورة أن أي مشروع تنموي
لهضوي لن يبلغ أهدافه ومداه إلا إذا سخرت له
وسائل الاعلام بالشرح وحشد التأييد والحث الدائم
على المشاركة الفاعلة في صنعه وإنجازه .

إن هذا الحضور الطاعى والانبهار الكبير
بالوسائل الاعلامية الوافدة وبخاصة المنقولة قضائياً

القاعدة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي
يمثلها وأن يتبنى قضايا المجتمع بجميع فئاته
وطبقاته واتجاهاته.

مزده ضعف الوسائل الوطنية
وتخبطها الناتج عن اضطراب أو
غياب المعايير المهنية والتقاليد
الواضحة للعمل الإعلامي بما
يفتح الباب واسعاً للتدخلات
والضغوط المستمرة التي تفقد
هذه الوسائل شخصيتها المستقلة
وتبعدها عن المحاكمة الموضوعية
للقضايا الملحة التي تهتم
بجمهورها.

ان المشكلات التي تواجهه
الإعلام الرسمي في كثير من
المجتمعات اليوم وتضعف موقعه
أمام الاعلام الوافد هي سيادة
الخطاب القوي السلطوي الذي لا
يعبر بالضرورة عن رأي الجمهور
ومصلحته والذي تضيق معه دائرة
المشاركة الى الحد الذي تحرم
معه فئات مهمة من حقها في
التعبير الأمر الذي قد يؤدي الى
شروع الافكار المتطرفة والعنف

كوسيلة بديلة للتعبير عن الآراء والمواقف علانية.

إن على الإعلام الرسمي ان يبادر الى توسيع

المنهل (الإصدار السنوي)

**** من أجل منافسة
الوافد والمفاظا على
خصوصيتنا علينا
تصميم المنتج المحلي.**
**** سيادة الخطاب
القوي السلطوي
أضمرت الاعلام
كشيراً.**

**** الانبهار الكبير
بالوسائل الاعلامية
الوافدة مرده الى
ضعف الناتج البرامجي
الوطني وتخبطه.**

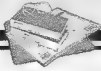
**** التليفزيونات
المحلية تكون أكثر
التصاقاً ببيئتها
خدمة واطهاراً.**

إن من الانصاف للاعلام
الرسمي - بالرغم من كل هذه
المعوقات - ان نذكر انه في مجمله
يغلب عليه الالتزام بالمسؤولية
الاجتماعية والابتعاد عن الاثارة
الرخيصة التي تقدم مبدأ الربح
على ما سواه.

وبالرغم من تسليمنا بأهمية
وجود الاعلام الرسمي الوطني
والحاجة اليه بعد ان تطاله يد
الاصلاح والتحسين، فإننا نقترح
عن قناعة بأن الساحة المحلية
تتسع بل تحتاج الى إعلام مرئي
ومسموع ذي صبغة وخطاب
محلي وذلك للمبررات التالية:

أولاً : هناك حاجة دائمة
وملحة للمعلومات ذات الطبيعة
المحلية. ونظراً لبعد مركز البث
الرسمي الوطني قد لا يستطيع

هذا البث المركزي ان يكون مصدراً للمعلومات في
كل ناحية من نواحي البلاد. ومن المعلوم ان لكل



كل مجتمع والذي يطمح أرباب الأعمال وبائعو المنتجات ومقدمو الخدمات الى الوصول الى جمهور المستهلكين المرتقبين المحليين بطريقة سهلة ميسورة ويتكاليف مالية تتفق مع حجم نشاطهم الاقتصادي دون تحمل تبعات مالية زائدة نتيجة نشر الرسالة الاعلانية على جمهور من غير المعنيين بها مع استفادة هذه الوسيلة المحلية من العائد الاعلاني كمصدر هام ورئيس من مصادر تمويلها .

خامسا : العمل على تفعيل الثقافة المحلية في الاقليم أو المنطقة التي تخدمها الوسيلة المحلية وإتاحة الفرصة للأفكار المبدعة والمواهب المحلية في الظهور والانتشار مع العناية بالحوار الثقافي المحلي والفعاليات الابداعية الثقافية والتي تقصر اهتمامات الوسيلة الرسمية المركزية في الإحاطة بها .

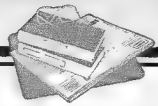
ولهمة الاشراف على هذا المشروع الاعلامي الطموح يمكن تكوين هيئة مستقلة تكون عضويتها من اكاديميين وممارسين اعلاميين مخضرمين، وممثلين عن هيئات ثقافية وتعليمية وشخصيات عامة ويجب ان ينظر الى هذا المقترح في سياق فلسفة وطنية شاملة لمواجهة التأثيرات السلبية للعولمة وكخط دفاعي يتجاوز مرحلة الشكوى من طوفان الافرازات الثقافية للعولمة لمرحلة الفعل القائم على الثقة في القدرات الذاتية التي بها يكون التضدي .

مجتمع محلي اهتماماته وأولوياته في مسيرة التنمية والتقدم المنشود والوسيلة المحلية بحكم قربها والتصاقها بواقع المجتمع المحلي أسرع استجابة في تلبية هذه الاهتمامات والتعامل بشكل ينسجم مع توجهات الاعلام الوطني الرسمي والسياسة الوطنية ومن الضروري ان تدخل الوسائل المحلية في حوار بناء رشيد يكون القصد منه الإثراء المعلوماتي والمعرفي في تناول القضايا المحلية بغية الوصول الى أساليب أكثر نجاعة في التعامل معها .

ثانيا : ان التطورات التي تشهدها الكثير من المجتمعات اليوم في مجالات تشجيع الاستثمار والخصخصة وتنشيط السياحة الداخلية وبرامج التوظيف وتوطين الوظائف تحتاج الى دعم إعلامي ينبري لهذه القضايا الهامة فيعطيهما ما تستحقه من اهتمام مع الأخذ في الاعتبار طبيعة كل منطقة وخصائصها .

ثالثا : من شأن الإعلام المحلي معاونة الأجهزة الرسمية التنفيذية ودوائر اتخاذ القرار على الصعيد المحلي في أداء مهماتها على أساس من المشاركة الهادفة الى تحسين الأداء والارتقاء به تمشياً مع السياسة الوطنية التنموية .

رابعا : العمل على تنشيط الاقتصاد المحلي في



تركيب الرسالة الإعلانية

تحت هذا العنوان تندرج الأجزاء أو العناصر التي تؤلف بتجميعها الرسالة الإعلامية وقد يكون من المفيد: هنا، أن نعرض بإيجاز قائمة «بالعناصر» التي تدخل في تركيب الرسالة الإعلامية:

المادة:

وتدل «المادة» على «قوالب البناء» الحسية التي تتركب منها الرسالة الإعلامية من أصوات وألوان وألفاظ... الخ. وفي الرسالة الإعلامية ترتب هذه القوالب وتنظم على نحو معين - هو الشكل، غير أن الرسالة أكثر من مجرد ترتيب لعناصر مادية، فعندما ندركها إعلامياً، نجدها تنطوي على توقع، وانتباه، وانفعال، وإعلام، وفكرة، وفعل.

ذلك أن الاتصال بال جماهير على نطاق واسع يقرب الجمهور سواء كان هذا الجمهور متفرجاً أم قارئاً أم مستمعاً - وقد يكون في المنزل أو في السيارة أو في المسرح، أو في أي مكان آخر. ولكل إنسان في لحظة معينة بغض النظر عن مجتويات لا

بقلم: د. عبد العزيز شرف

- مصر -

شعوره، مجموعة من المشاعر والتوقعات التي توجد على السطح أو قريباً منه، وتستطيع أن تلعب دوراً مباشراً في استقباله موضوع الاتصال. وهذا دور واضح في تجربة المرء للاتصال المواجهي. حيث يعرف صاحب الاتصال شيئاً ما عن الحالة العقلية التي لابد أن يواجهها. بل إنه يستطيع التأثير عليها. ولوسائل الاتصال بال جماهير بعض أنواع العلاج، ومن ذلك المقدمات التي تسبق المذيع، والقوائم والاعلانات التي تنشر في الصحف، وهذه الوسائل جميعاً تساعد على تشكيل التوقعات. غير أن التوقعات الخاطئة يمكن أن تأتي بنتيجة عكسية [١].

وفي الاتصال عن طريق الكلمة المطبوعة تتحدد التوقعات عن طريق العناوين والصور، وفن الطباعة، والخراج، وبما يعلمه القارئ عن الناشر وال كاتب والمصور، وهنا أيضاً إذا أسئ التحديد، فقد يأتي بنتائج عكسية.

وقد أصبحت الرغبة في الاستحواذ على انتباه الجماهير - كما تعلم من تاريخ وسائل الإعلام - عرضة للتنافس المتزايد... وقد نتج هذا عن الوفرة التي خلقناها، الأمر الذي أدى إلى أمرين [٢]:

الأول: ازدياد عوامل الإثارة في الأعمال الفنية

المنهل (الإصدار السنوي)

الامية

عناصره. وغد هذه النقطة بعينها قد يرتفع صوت بالاحتجاج، قائلاً أن هذه الطريقة باطلة تماماً في حالة الفن. فالعمل الفني وحدة، وهو لا يمكن أن يفهم نظرياً أو يتذوق الا على هذا الأساس. ونحن حين نستمتع بعمل ما، لا نكون واعين «بالصورة» و«المادة» والتعبير بوصفها كيانات مستقلة. ففي تفكيك العمل الى هذه الأجزاء قضاء على معناه وقيمه [٤].

كيف يمكن الرد على هذا الاتهام؟ اننا بالفعل نقوم «بتحليل» للعمل حين نحكم على قيمته، كما يقول ستولنتيز، فنحن نتحدث عن ايقاعه أو لونه. بل أن من الواجب أن نفعل ذلك، فالعمل الفني شديد التعقيد (وهذا ما يثبتته تحليل بناء الرسالة الاعلامية). فاذا ما شئنا أن نتحدث عنه على أي نحو، فلا بد لنا من أن نحلل تعقده الى أجزائه المكونة له. وليس في استطاعتنا أن نتحدث الا عن شيء واحد في المرة الواحدة. فالتحليل انن محتوم، والا كان علينا ألا نعرف أي شيء عن العمل أو نزيد من مقدار تذوقنا [٥] أو استقبالنا له.

غير أن التحليل يمكن أن يكون مضللاً الى حد خطير، كما يقول أحد النقاد، اذا ما أسأنا استخدامه. ونحن نسيء استخدامه عندما نرتكب مغالطة التجريد الباطن.

ويعني بها «ستولنتيز» تجريد عنصر واحد من موضوع كلي عيني، ثم الاعتقاد بأن هذا العنصر سيكون له عندما يعزل على هذا النحو، نفس الخصائص التي كانت له عندما كان جزءاً من

والعناوين، والمؤثرات الصوتية، والمؤثرات الموسيقية، وأغلفة الكتب، وغير ذلك من الوسائل لضمان الاستيلاء على انتباه الجماهير من البداية.

الثاني: تناقص الأثر الذي تحدثه تلك الوسائل نفسها. ومن الأهمية بمكان لكي نستولي على الانتباه ولكي تكسبه، أن تترك أن جوهر الانتباه الكامل لا يقوم على المفاجأة التي هي مؤقتة، بل على شيء آخر هو «المشاركة» فنحن لا نستولي على الجمهور استيلاء تاماً الا حين يكون «فاعلاً» حين يقوم بدور ايجابي.

وقد يقتضى هذا الدور الايجابي كلمة صورة ما، فان صورة كاريكاتورية لسياسي ما قد تنعش خيال القارئ اذا رسمنا له خطوط صدغه فحسب، ولا شيء غير ذلك، وعلى الجمهور أن يقوم بتقديم الباقي.

وقد يتطلب هذا الدور حل الألفاظ. فان عنواناً أو جملة افتتاحية قد تثير سؤالا استفزازياً ما الذي سبب تحول الكرمليين؟ من هو رجل واشنطن الحقيقي؟ [٦]

ولابد أن يكون قد ظهر الآن بوضوح أن دراسة التركيب الفني للرسالة تنطوي على تحليل للفن. فلا بد لنا من تفكيك العمل الفني ككل لكي نميز

الموضوع، فلماذا يعد هذا الاعتقاد باطلاً؟ لأنه حين يكون العنصر جزءاً من الموضوع تكون له علاقات بالعناصر الأخرى للموضوع، وهذه العلاقات تؤثر فيه وتحدث اختلافاً في طبيعته، فلو بحثت الحاجات الاقتصادية وحدها لإنسان ما أتت قيمته بالتجريد المشهور الذي يعرف باسم «الإنسان الاقتصادي» فسوف تقرر كيف يتفق هذا الشخص نقوده على موضوعات معينة، ولكن عندما نبحث في الإنسان الفعلي، الذي تربطه ببقية الناس والجماعات علاقات شخصية وسياسية وعاطفية، فسوف تدرك مدى ابتعاد استنتاجاتك عن الصواب، إذ أن سلوكه الاقتصادي يتأثر بكل هذه العوامل (وهذا بعينه هو السبب في اختلال ميزانيات كثير من الأفراد والأسر) [٦].

بل أنه من التجريد الباطل «أن يفهم من معالجتنا للرسالة الإعلامية أنها أهم شيء في العملية الاتصالية، كما يذهب إلى ذلك التقليديون، ذلك أن الرمز نفسه جزء من الموقف الاتصالي العام بإبعاده النفسية والاجتماعية والثقافية. ولقد أنفق العلماء جهوداً مضعية، ووقتاً طويلاً، في بحوث الرسالة نفسها من حيث كتابتها وتحريرها، وفنون صياغتها حتى إنه ليخيل للمرء أن زاوية الرسالة هي الزاوية الوحيدة التي شغلت الباحثين، دون الزوايا الأخرى، غير أن المواقف الاتصالية أشمل من ذلك وأعم، فهي مواقف سلوكية تقدم قرصاً مضطربة ومتزايدة للمشاركة في الخبرة، وتحقيق الأهداف، وكسب المعرفة والفهم، وافتراس الفروض بشكل عام،

المنهـل (الإصدار السنوي)

السيطرة على البيئة من خلال استخدام الرموز [٧].
والواقع أن عملية الاعلام تجرى في سلسلة ذات حلقات متماسكة، ويؤدي ضعف أى حلقة فيها إلى ضعف السلسلة كلها. ذلك أن عملية الاعلام تتضمن عدداً من العناصر والمواقف المحيطة بها. فهناك خمسة عناصر أساسية في عملية الاعلام وهي: [٨]

١ - المصدر المباشر، أو المرسل.

٢ - صياغة الفكرة في رموز معينة.

٣ - فك هذه الرموز وفهمها.

٤ - استجابة المستقبل.

٥ - الردود أو الأصداء الراجعة من المستقبل إلى المرسل، الذي يستطيع عن طريقها أن يكيف عملية الاتصال ويعد لها، كما يفعل «الترموستات» لضبط درجات الحرارة وجعلها متمشية دائمة مع الدرجة المطلوبة.

فالمرسل والمستقبل والرسالة ووسيلة الاتصال حلقات متصلة وكاملة، ومن واجب المرسل أن يعرف أقصى ما يمكن أن يعرفه من جماهير المستقبلين، وذلك عن طريق قياس اتجاهاتهم النفسية، وأجراء اختبارات تجريبية مسبقة على رسائله التي ينوي إذاعتها على الناس، فلا يمكن مثلاً لصحيفة جديدة أن تغامر بالاندفاع إلى إنفاق بضعة ملايين من الجنيهات دون دراسة علمية لاتجاهات الجماهير وميول القراء ورغباتهم. فليس هناك ما يجبر القارئ على شراء جريدة معينة أو المستمع على الاستماع إلى إذاعة دون غيرها، أو المشاهد على مشاهدة برنامج تليفزيوني معين. فالاستقبال حرفي



**** الاعلام اللغوي يدرس اللغة في ضوء فكرة الاتصال ***

وفي كثير من الأحيان تصبح الرسالة الاعلامية حروفا مينة على الورق، أو أصواتا لا معنى لها، عندما ينعدم الفهم، وتكون الرموز غير مفهومة للمستقبل. ولا ينطبق ذلك على اللغات الأجنبية، والخبرات المختلفة، والمستويات المتباينة فحسب، بل أن ذلك يحدث أحيانا عند استخدام لغة مشتركة دون التزام بأطار دلالي موحد.

ومن هنا كان على «الاعلام» أن يفيد من «المنطق» من حيث عنايته بالغة من ناحية أنها تعبير عن الفكر، وأن يكون هذا التعبير دقيقا محكما حتى لا يؤدي ذلك الى لبس وخطأ في التفكير مصدره عدم الدقة أو الخلط في التعبير. فعليه ان أن يحل محل معاني الألفاظ اللغوية والتراكيب، وأن ينتهي من هذا التحليل الى وضع القواعد الواجبة الاتباع في التعبير، حتى يكون الفكر صحيحا في شكله. وفي موضوعه، وهنا وجد المنطق أمامه علما من علوم اللغة يعني بهذه الناحية، ألا وهو النحو. فكان لا مناص ان من تحديد الصلة بين كليهما، خصوصا

اختيار ما يشاء من الرسائل المتاحة له [٩]، وإن كان «فراكت لوثرموت» [١٠]، قد توصل الى قاعدة تقول ان الاختيار متوقف على العلاقة بين القائدة التي ينتظرها المستقبل من جهة، والجهد الذي يبذله من جهة أخرى ويعبر عن ذلك على النحو التالي:

الاختيار = القائدة المرجوة من الرسالة + الجهد المبذول في الحصول عليها.

فالقارئ يفضل الاطلاع على الصحيفة المتيسرة له عن الذهاب الى مكان بعيد لشراء صحيفة أخرى، ولكنه يفضل أيضا الصحيفة التي تحافظ على سلامة اللغة على غيرها، وكذلك المستمع الى الاذاعة والتلفزيون، ذلك أن المستقبل هنا على استعداد لبذل جهود مضاعفة لكي يستمع الى برنامج معين أو الى اخبار ذات دلالة خطيرة.

و«التجريد الباطل» في الفن والاتصال بالجماهير هو محاولة فهم عنصر معين في العمل الفني أو الرسالة الاعلامية، كالشكل أو التعبير، وكأن له وجودا بمعزل عن العمل أو الرسالة. ويرتب على ذلك الاعتقاد خطأ مفاده بأن طبيعة العنصر وقيمته يمكن أن تعرف معرفة كاملة بمعزل عن بقية العمل، ثم ينبني على ذلك خطأ آخر هو أن نعتقد بعد حساب قيمة كل عنصر من العناصر، بأن قيمة العمل أو الرسالة لا تعدو أن تكون كل هذه القيم الجزئية، والأمر في ذلك أشبه بحالة انحصار علم النفس التجريبي الذين ظنوا أنهم لو استطاعوا تجديد القيمة الجمالية لكل لون في اللوحة، لكان من السهل بعد ذلك تحديد قيمة اللوحة بأكملها [١١].

وأن الأمر قد يشتبه فيصبح موضوع العلمين واحدا من حيث أن النحو يبحث في اللغة المعبرة عن الفكر، والمنطق يبحث في الفكر المعبر عنه باللغة حتى قيل أن النحو منطق لغوي، وأن المنطق نحو عقلي (التوحيدى: «المقاييسات» ص ١٦٩). فثارت مسألة تحديد تلك الصلة مشكلة خطيرة سواء في ميدان المنطق وفي ميدان النحو [١٢] أو في ميدان الاعلام حديثا.

واللحظات المؤلفة للاتصال هي: ما يتكلم عنه القول، والمقول. من حيث هو مقول، والتبليغ والتجلى. وهذه اللحظات ليست مجرد خصائص يكشف عنها تجريبيا في اللغة، بل هي خصائص وجودة مغروسة في التركيب الانطولوجي للآتية.

وابتداء منها وحدها تصبح اللغة ممكنة من حيث الانطولوجيا والمحاولات التي بذلت من أجل ادراك حقيقة اللغة اتجهت الى هذه اللحظة أو تلك من هذه اللحظات، وهكذا فُهمت اللغة على ضوء فكرة: «التعبير» أو «الشكل الرمزي»، أو «التبليغ المفصح»، أو «تجلى الحياة التي عيشته»، أو «بنيّة الحياة» [١٣].

وعلى ذلك، يمكن القول أن علم الاعلام اللغوي هو العلم الذي يدرس اللغة في ضوء فكرة «الاتصال»

وإن كان لا يغفل الأفكار الأخرى، فهو يفيد منها في دراسة ظاهرة الاتصال الاعلامي، ومكان اللغة فيها، وسماتها المؤثرة في تحقيق الاتصال الفعّال بالجماهير.

وعلى ذلك، فإن النحو في نظرية الاعلام يرتبط بعنصر «الرسالة» ارتباطا مباشرا من حيث قيامه بوظيفة تعبيرية عن الفكر، وهو من هذا الموضع يكون قاسما مشتركا بين عناصر الاعلام الأخرى كالمرسل والمستقبل. حيث يعاون النحو في التعبير عن الفكر،

ولذلك يغلب على الظن أن نشأة المنطق - الذي ولد

الاتصال في

أحضانها ممثلا في

الخطابة مرتبطة

بالنحو. فقد

بدأت البذور الأولى

للمنطق عند اليونان في

أبحاث السفسطائية الخاصة باللغة

والخطابة والنحو بوجه أخص [١٤]. ولم يكن إيمانهم

بقوة الكلام إلا إيمانهم بقوة الفكر، ففن الاقتناع هو

بعينه فن التفكير، أي أن السوفسطائية قد بحثت في

اللغة فأدركوا هذا البحث إلى المنطق [١٥].

وأرسطو قد وصل إلى كثير من التصنيفات

المنطقية بواسطة دراسته للغة ونحوها. فهو يرى أن

الكلام يعبر بدقة عن أحوال النفس أو الفكر. وفي

وسع المرء أن يستعين بالصور اللغوية لكي يكشف

عن أحوال الفكر. فاللغة تنظر إلى الألفاظ من

**** العملية الاعلامية تجري في سلسلة ذات حلقات متماكة، ومنها: المرسل، والمستقبل، والرسالة، وسيلة الاتصال.**



العربية الصادقة، فلما انتشرت الفتوحات الاسلامية، وامتزج العرب بغيرهم من الأمم والشعوب أخذت السليقة العربية تفسد في الألسنة، وأحتيج مع ذلك الى وضع قواعد تعصم الألسنة من الخطأ، وتقيهم شر اللحن، منعا لعادية اللحن في القرآن الكريم، وعودا بالألسنة الى طبيعتها السليمة.

وضع مسائل النحو الأولى الامام علي بن أبي طالب (هـ ٣١) - وأبو الأسود الدؤلي (هـ ٦٩) في روايات كثيرة معروفة لا داعي لذكرها في هذا المقام، وأرجح الآراء أن أبا الأسود هو واضع علم النحو العربي بقواعده الأساسية المعروفة، يقول ابن سلام في كتابه طبقات الشعراء: أول من استن العربية، وفتح بابها، وأنهج سبيلها، ووضع قياسها، أبو الأسود . . . ويقول ابن قتيبة في «المعارف» أول من وضع العربية أبو الأسود . . . ويقول ابن حجر في الإصابة ذلك أيضا . واشتغلت بالنحو العربي مدرستان كبيرتان، هما مدرسة البصرة ومدرسة الكوفة.

والنحو في نظرية الاعلام يرتبط بتحجير الرسالة ارتباطا وثيقا، من حيث المعاونة التي يقدمها المحرر لجمهور المتلقى مباشرة في القراءة والاستماع من خلال عملية نقل المعلومات والآراء والحقائق والوقائع . وإذا كانت نظرية الاعلام تعني بعنصر «التشويق في بنائها، تأسيسا على أن هذه النظرية تبعت في الأصل من دراسة مشكلات الاتصال الإلكتروني والتلغرافي وهي لذلك نظرية رياضية تركز أساسا على دراسة قنوات الاتصال (وسائل

ناحيتين: من ناحية وجودها مفردة فنقسمها الى أسماء وأفعال وحروف . . . الخ. ومن ناحية أخرى ارتباطها على هيئة جملة، وكذلك الحال في الفكر نقسمه الى الأفكار المفردة وهي التصورات، والأفكار المرتبطة وهي القضايا أو التصديقات[١٦]، ثم تزداد الصلة توثقا فيما بين المنطق والنحو لدى الرواقين. فبعد أن كان المنطق مرتبطا عند أرسطو أشد الارتباط بما بعد الطبيعة، انفصل عنها كما تتوثق صلته بالنحو، فقد قسموا المنطق الى الخطابة التي هي نظرية القول المتصل، والى الديالكتيك، وموضوعه القول المنقسم بين السائل والمجيب. أما الخطابة فلا تكاد ترتبط بالفلسفة عندهم. أما الديالكتيك فيعرفونه بأنه فن الكلام الجيد . ولما كان الفكر والتعبير وثيقا الارتباط، انقسم الديالكتيك الى قسمين: قسم يدرس التعبير، وقسم يدرس ما يعبر عنه[١٧] الى اللفظ والفكر[١٧].

واستمرت الصلة تقوى عند الشراح الأرسطاليين في العصور التالية حتى أتت العصور الوسطى في الشرق وفي الغرب. أما في الشرق، أي في الاسلام بوجه أخص، فقد أخذت المشكلة شكلا عنيفا على صورة خصومة بين النحويين الخالصين وبين المناطقة، ويذهب الدكتور بدوي[١٨]، الى أن العناية بالبحث في الصلة بين المنطق وبين النحو العربي قد ظهرت واضحة كل وضوح في القرن الثالث، واتخذت صور خصومة عنيفة في القرن الرابع، حين نفذت العلوم الفلسفية الى كل الأوساط[١٩].

وقد كان العربي يعرب لغته بالسليقة والفطرة

الاعلام)، من حيث الارسال والاستقبال. ولكنها مع ذلك تفيدنا كثيرا عندما ندرس مشكلة الصلة بين الاعلام واللغة بوجه عام والنحو بوجه خاص.

فعندما ترسل رسالة ما بموجات صوتية أو اشعاعات كهرومغناطيسية، فإن هذه الرسالة تمر بمراحل معقدة من المصدر والمرسل والوسيلة الى المستقبل والهدف.

وفي التحرير الاعلامي تحتاج جودة التأليف وحسن النظم الى قدر كبير من «الدربة والمرانة والممارسة والمعاينة الفعلية»، بالإضافة الى الالمام بقوانين التأليف الجيد وقواعد النظم السليم عند القدامى - ولازال ما عندهم صالحا للتطبيق اليوم - أن تأليف الكلام يحتاج الى مراعاة ثلاثة أشياء متصلة غير منفصلة: [٢٠]

أولها: يتعلق باختيار الألفاظ المفردة.

ثانيها: يختص بنظم الكلام.

أما الثالث: فهو مراعاة الغرض المقصود من الكلام، أو ما يشار اليه أحيانا «وجوب مطابقة الكلام لمقتضى الحال» [٢١].

والتحرير الاعلامي يعني بدراسة تأليف الكلام في الرسالة الاعلامية، أو النظم أو ما يسميه بعضهم بالضم.

والنظم - كما يقول الدكتور كمال بشر - [٢٢] «هو أن تختار الألفاظ المناسبة، ثم تعتمد اليها فترتيبها في التركيب ترتيبا مخصوصا وتؤلف فيما بينها تأليفا ترتضييه قواعد اللغة، بحيث يخرج التركيب كلا متكاملًا منسق الأجزاء مرتبط الوحدات

المنفصل (الإصدار السنوي)

الداخلية، خاليا من النشاط والشذوذ. وليس يأتي هذا التناسق ولا يكون هذا الارتباط الا بمراعاة قواعد النحو وأحكامه فيما يتعلق بالموقعية وترتيب الكلمات في التركيب».

وفي مقدمة «دلائل الاعجاز» يعرف عبد القاهر النظم بأنه «تعلق الكلم بعضها ببعض، وجعل بعضها بسبب من بعض، ويجعل وجوه التعلق ثلاثة: تعلق اسم باسم وتعلق اسم بفعل، وتعلق حرف بهما، ويشرح وجوه التعلق شرحا وافيا [٢٣].

ويؤكد أن نظم الكلام يقتضى فيه آثار المعانى وترتيبها حسب ترتب المعانى في النفس: وليس النظم في مجمل الأمر عنده إلا أن تضع كلامك الوضع الذي يقتضيه علم النحو، وتعمل على قوانينه وأصوله، وتعرف مناهجه فلا تزيج عنها، فمداره على معانى النحو، وعلى الوجوه والفروق التى من شأنها أن تكون فيه، وليس هو إلا توخى معانى النحو في معانى الكلم، فلا معنى للنظم غير توخى معانى النحو وأحكامه فيما بين الكلم، أو فيما بين معانى الكلم بتعبير آخر والفكر لا يتعلق بمعانى الكلم المفردة مجردة عن معانى النحو أو منطقيا بها على وجه لا يتأتى معه تقدير معانى النحو وتوخيها فيها.

ويشير عبد القاهر الى أنه من الضروري في معرفة الفصاحة أن تضع اليد على الخصائص التى تعرض في نظم الكلام، وأن الألفاظ لا تتفاضل من حيث هى ألفاظ مجردة ولا من حيث هى كلم مفردة، وإنما تثبت لها الفضيلة وخلافها في ملاعة معنى



المجاز بالحذف، بل إنه ليقرر أن الاستعارة والكناية والتمثيل وسائر ضروب المجاز من مقتضيات النظم، وعنها يحدث، وبها يكون، لأنه لا يتصور أن يدخل شيء منها في الكلم، وهي أفراد، فإذا قلنا في لفظ «اشتعل» من قوله تعالى: [واشتعل الرأس شيباً] أنها في أعلى المرتبة من الفصاحة لم توجد تلك الفصاحة لها وحدها، ولكن موصولا بها الرأس معرفاً بالآلف واللام، ومقرونا بهما الشيب منكرة منصوباً، فليست الفصاحة صفة للفظ «اشتعل» وحده.

ويقدر عبد القاهر في «دلائل الإعجاز» أن المزية للكلام إنما هي في نظمه باعتبار ملاسة معنى اللفظة التي تليها، وليس الفضل

والمزية في الكلام أن تنظر في مجرد معناه، فالفصاحة والبلاغة عبارة عن خصائص ووجوه تكون معاني الكلام عليها، وزيادات تحدث في أصول المعاني، كالذي أريتك فيما بين «زيد كالأسد» وكان زيدا الأسد، ولا نصيب للألفاظ من حيث هي ألفاظ فيها بوجه من الوجوه، فليس للفظ من حيث هو لفظ حسن ومزية، إذ المزية ليست بمجرد اللفظ، وإنما تقع في اللفظ مرتبة على المعاني المرتبة في النفس ويجعل عبد

اللفظة لعنى التي تليها أو ما أشبه ذلك، مما لا تعلق له بصريح اللفظ.

ويأخذ في تفصيل أمر المزية، وبين الجهات التي منها تعرض فيتحدث عن وجوه النظم في التقديم والتأخير، والذكر والحذف، والتعريف والتكثير، والوصل والفصل، والقصر، ويقضي في ذكر ضروب تأكيد الخبر، ويعرض التشبيه والتمثيل والكناية والمجاز والاستعارة، مقرراً أن المزية فيها ليست فقط في اختيار أنفس المعاني التي يقصد المتكلم إليها، ولكنها في طريقة اثباتها لها، وتقديره إياها، وإذا عرض للاستعارة في بيت ابن المعتز المشهور:

سألت عليه شعاب الحى حين دعا

أنصاره بوجوه كالذنانير

أكد أن الاستعارة هنا، على لطفها وغرابتها، إنما تم لها الحسن بما توخى في وضع الكلام من التقديم والتأخير، وتجدها وقد ملحت ولطفت بمعاونة ذلك وموازنته لها، وكذلك يفصل الكلام على مدخل النظم في بلاغة الاستعارة في قوله تعالى: [واشتعل الرأس شيباً]، وقوله: [وفجرنا الأرض عيوناً] ويتحدث عن التشبيه في مثل: زيد كالأسد، وكان زيدا الأسد، وأن في المثال الثاني زيادة في معنى التشبيه ليست في الأول، وهذه الزيادة لم يكن إلا بما توخى في نظم اللفظ وترتيبه، حيث قدم الكاف إلى صدر الكلام، وركبت مع «أن» كما يتحدث عن ضروب المجاز العقلي أو المجاز في الاستناد، وعن

**** النحو
في نظرية
الاعلام
يرتبط
بتفسير
الرسالة
ارتباطاً
وثيقاً.**

**** النحو
منطق
لفظي،
والمنطق
نحو عقلي.**

* التحرير الاعلامى يعنى بدراسة تأليف الكلام الرسالة الاعلامية.

القاهر كذلك ذروة المزية
والبلاغة وهى الاعجاز
القرائى، فى النظم وحده، لا
فى شيء آخر.
وإذا كان عبد القاهر لا
يخرج بالنظم عن معانى
النحو، وكانت فكرة النظم
عنده تقوم على معرفة هذا
النحو وما ينشأ عن الكلمات

حين تتغير مواضعها من المعانى المتجددة المختلفة،
فان الجديد عند عبد القاهر أيضا هو أنه استخدم
معانى النحو وأحكامه استخداما جديدا بيانيا نقديا
محضا، والا لكان فى النحو غنى عن كل ما قرره
عبد القاهر الجرجانى والبلاغيون من أحكام بيانية
بلاغية، وذلك ما يرده عبد القاهر ويؤكد نفيه له فى
كتابه، كما يقرر فى كل فصل من فصول «الدلائل»
أن لا سبيل الى معرفة الاعجاز الا النظر فى الكتاب
الذى وضعناه، واستقصاء التأمل لما أودعناه، وأنه
«الطريق الى البيان والكشف عن الحجة والبرهان،
وأن لا معنى لبقاء المعجزة بالقرآن الكريم الا
الوصف الذى كان له معجزا، والطريق الى العلم به
موجود أى ممكن»، ويكرر فى الكتاب أنه يقرر أمورا
صعبة على الفهم، وغير ذلك مما جعل عبد القاهر
يشحذ ذهنه فى تقريرها. وذهن القارئ والسامع
فى تقييلها لوجه الجدة فيها، وأنه المبتكر لها.

ولقد اعتمد عبد القاهر على الذوق الأدبى

الخالص اعتمادا كلياً فى كل ما قرر من أحكام
مؤكدا أنه لا يصادف القول فى هذا الباب موقعا من
السامع، ولا يجد لديه قبولا، حتى يكون من أهل
الذوق والمعرفة، وحتى يكون ممن تحدثه نفسه بأن ما
يوميء اليه من الحسن واللفظ أصلا وحتى يختلف
الحال عليه عند تأمل الكلام، فيجد الأريحية تارة،
ويعرى منها تارة أخرى، وحتى اذا عجبته تعجب،
واذا نبهته لموضع المزية انتبه.

وقد أثرى عبد القاهر البلاغة العربية والبيان
العربى أثرا جليلا، بما كتب فى نقد الأساليب
وتحليلها، واستنباط الفروق والخصائص فيما بينها،
ربما عرض له من أحكام نقدية دقيقة، على الأساليب
وضروب النثر والشعر.

أنه ليس لنظرية عبد القاهر فى النظم من القيمة
ما لتطبيقاته، فهناك يظهر ذوقه العربى السليم، ذلك
الذوق الذى لا يمكن أن يغنى فى الأدب عنه شيء
ونظرية عبد القاهر فى رمزية اللغة وفى التحليل
اللغوى، ورد المعانى الى النظم ومنهجه فى نقد
النصوص نقدا موضوعيا، ما هى الا مراحل تنتهى به
الى الذوق الذى يدرك الدقائق ويحس بالفروق،
ووجوه الكلام وأسراره، واحساس عبد القاهر الأدبى
السليم سابق دائما لعقله، والحكم على النظم عنده
هو النظر فى المعنى منظوما والذوق هو الفحص
الأخير فى الحكم على هذه الدقائق.

والى هذا فطن عبد القاهر يحسه الأدبى
الصادق، فالذوق عنده يتحكم فى نظم المعانى التى



وتأسيسا على هذا الفهم يتضح مفهوم النحو على نطاق أشمل كما يتضح مكانه في نظرية الاعلام من حيث أداء الكلمات لوظائف نحوية في مواقع مختلفة في التركيب أو تأليف الكلام. وقد جاء في «الخصائص» حال الوصل أعلى رتبة من حال الوقف، وذلك أن الكلام انما وضع للفائدة، والفائدة لا تجنى من الكلمة الواحدة وانما تجنى من الجمل ومدارج القول[٢٦].

الهوامش :

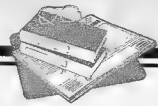
- (١، ٢، ٣) أريك بارنو (ترجمة صلاح عز الدين وآخرين) الاتصال بالجامهير ص ١٣٨.
- (٤، ٥، ٦، ١١) جيروم استيلوتينز (ترجمة دكتور فؤاد زكريا): النقد الفني ص ١١٣ - ١١٤، ٣٢٣.
- (٧، ٨، ٩، ١٠) دكتور ابراهيم امام: الاعلام والاتصال بالجامهير: ص ١٢٥ - ٧٦.
- (١٢، ١٣، ١٤، ١٥، ١٦، ١٧، ١٨، ١٩) دكتور عبد الرحمن بدوي: اللغة والمنطق: عالم الفكر: ١٤ - ١٩٧١: ص ٦٥، ٧٨، ٣٣، ٣٥.
- (٢٠، ٢١، ٢٢) دكتور كمال بشر: الأداء اللغوي في الفن الاداعي: ع ٤٠ م ١٢.
- (٢٣) د/ محمد عبد المنعم خفاجي: مقدمة تحقيق أسرار البلاغة.
- (٢٤) ياسر خليل: منطق اللغة، د/ خفاجي: السابق: ص ٨٥.
- (٢٥) تحقيق: د/ خفاجي.
- (٢٦) الخصائص: ج ٢ ص ٣٢١.

نعتبر عنها ٠٠ وتسوق فكرة النظم عند عبد القاهر الى تخطى الإعراب والجملة البسيطة الى الجملة المركبة، التي عنى بها في دلائل الاعجاز وفي أسرار البلاغة كذلك. في مبحث التشبيه عناية فائقة، ونقدها نقداً بيانياً أدبياً.

إن الأدب عند عبد القاهر فن لغوي، فاختضاع الفكرة أو الاحساس للفظ هو ما يميز الأدب عن غيره من الفنون، وهذه النظرية الصحيحة هي موضع اعتزازنا بتفكير عبد القاهر[٢٤]، الذي يبدأ بنظرية فلسفية في اللغة، ثم ينتهي الى فن النوق الشخصي الذي هو مرجعنا الأخير في دراسة الأدب، وما النقد الا وضع مستمر للمشكلات البنيانية، فكل جملة أوبيت مشكلته التي يجب أن نعرف كيف نراها ونصفها ونحكم فيها، وهذا هو النقد الموضوعي كما رآه الجرجاني.

لقد اهتمدى عبد القاهر الى كل تلك الحقائق، التي اذا كان لها في تفكير اليونان القدماء ما يماشيها، وفي علم اللسان الحديث ما يؤيدها، فان الفضل الأكبر في الوقوع عليها يرجع الى مواهب عبد القاهر الفطرية المبكرة الخصبة.

وبعد، فهذه هي النظرية، التي يزجج الى عبد القاهر الجرجاني فضل ابتكارها والكشف عنها، والتي تعد طليعة كاملة لعلم البلاغة العربية، كما جمع شيبان السكاكي (١٣٦١هـ) من كلام عبد القاهر في كتابيه الصالين، دلائل الاعجاز وأسرار البلاغة[٢٥].



الإعلام .. والمجتمع

بالمؤسسات الإعلامية من حيث كونها المصدر الأساسي للمعلومات والأخبار والترفيه والإعلانات التجارية والدعاية السياسية، وما شابه ذلك. وفي مثل هذه الدراسات، يقوم الباحثون بالتحري عن المؤسسة الإعلامية، وتكوينها وهيكلها التنظيمي، وطريقة تمويلها، واتجاهها الفكري والسياسي. كل هذه الأمور سيكون لها، في النهاية، تأثير على نوعية المعلومات والبرامج التي تنشرها هذه المؤسسات وبالتالي سيكون لها تأثير أيضاً على اهتمام الجمهور بها، واستفادتهم منها، وأثرها الإيجابي أو السلبي عليهم[٢].

بشكل عام، هناك ثلاثة أنواع من المؤسسات الإعلامية، خاصة في مجال الإرسال الإذاعي والتلفزيوني.

النوع الأول: حكومي، تملكه الدولة وتشرف عليه مباشرة، وهو النمط السائد في الدول النامية، وتكون سياسته تنموية، بمعنى أن معظم برامجه موجهة لغرض خدمة التنمية وتوعية المواطنين وتعزيز ثقافتهم وهويتهم الوطنية.

النوع الثاني: تجاري، تملكه شركات، هدفها الأساسي الربح، ولذلك تكون معظم برامجه ترفيهية

في العصر الحديث، تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في نشر المعلومات والأفكار، وتشكيل الآراء والأذواق. ومنذ بداية الصحافة في بداية القرن السابع عشر، مروراً باختراع السينما والراديو، ثم التلفزيون والأقمار الصناعية، إلى عصر الانترنت والعولمة، حاول الباحثون دراسة وتحري دور وسائل الإعلام في المجتمع. ومن المعتاد، تقسيم بحوث الإعلام إلى خمسة أجزاء هامة هي: بحوث المؤسسات الإعلامية، والرسالة، والوسيلة، والجمهور، والأثر. وفيما يلي عرض لهذه الأنواع الخمسة من البحوث، وأهم ما توصلت إليه من نتائج [١].

أولاً: بحوث المؤسسات الإعلامية:

النوع الأول من بحوث الإعلام هو بحوث المؤسسات الإعلامية، وهو يتعلق



بقلم: د. خالد الخطوة

كلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة الملك سعود - الرياض

**** المؤسسات الاعلامية يتركز دورها في اختيار وصياغة الرسالة الاعلامية.**

والوثائق في العالم. لكن يجب التذكير هنا أن مسألة الإستقلال نسبية، فكل الشبكتين العموميتين، الأمريكية والبريطانية، لا تخرجان عن سياسات وتوجهات دولتيهما، خاصة في مجال المصلحة القومية والعلاقات الخارجية.

من ناحية أخرى لا يمنع هذا التقسيم الثلاثي (حكومي، وتجاري، وعمومي) أن يكون هناك مؤسسات إعلامية تمزج بين أنواع مختلفة من الأهداف. فمثلا، الإعلام الحكومي يلجأ أحيانا للإعلانات التجارية بغرض تحريك الاقتصاد المحلي، كمصدر دعم مالي لمؤسساته. وبالمقابل قد تكون هناك مؤسسات إعلامية تجارية تقدم عدداً كبيراً من برامج التثقيف والتوعية، إحساساً منها بمسئوليتها نحو المجتمع الذي تعمل فيه. كما أن الشبكات

خفيفة، بغرض جذب أكبر عدد من الجمهور، وبالتالي الكسب من الإعلانات التي يطرحها المعلن خلال البرامج.

النوع الثالث: فهو أهلي، غير ربحي، ويسمى أيضاً عمومي، وهو إعلام مستقل عن الدولة، ولا يسعى للربح، ويكون تمويله قائماً على التبرعات من المواطنين، والجمعيات الأهلية، وما شابه ذلك، ويكون هدفه خدمة الجمهور بمعزل عن الضغوط التجارية، من ناحية، وبعبداً عن الضغوط السياسية للدولة والأحزاب الحاكمة، من ناحية أخرى.

ومن أمثلة الإعلام العمومي (خدمة الإرسال العام) الأمريكية، وهي شبكة من المحطات الإذاعية والتلفزيونية، لا تشرف عليها الحكومة مباشرة، ولا تقوم على الربح المادي، ودخلها يأتي من التبرعات من المواطنين والهبات المالية من الأثرياء. ومعظم برامجها ذات طابع تعليمي وثقافي، ومن أشهر برامجها، على سبيل المثال، (شارع السمس)، برنامج الأطفال الشهير. والمثال الآخر على الإعلام العمومي هو (هيئة الإرسال البريطانية)، وهي هيئة مستقلة، يقوم دخلها على الضرائب المباشرة من المواطنين البريطانيين الذين يملكون أجهزة استقبال إذاعة وتلفزيونية، وبرامجها أيضاً تعليمية وثقافية، وهي في الواقع أكبر مصدر للبرامج التعليمية

تكون، في النهاية، هي نافذة الجمهور على العالم. وهذه هي خطوة دور المؤسسات الإعلامية، فإن قدمت رسائل إعلامية صادقة ومتزنة وموضوعية، فإن الجمهور سيخرج بنظرة واقعية عن الأحداث في العالم من حوله، أما إذا كانت الرسائل منحازة أو مزيفة أو مضللة، فإن الجمهور سيخرج بنظرة مشوهة عن العالم. هذه الوظيفة التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية تسمى بوظيفة (خلق الواقع الاجتماعي)، بمعنى أن الجمهور لا يعرف حقيقة الواقع الاجتماعي إلا من خلال ما تنشره وسائل الإعلام، وكثيراً ما يقبل الجمهور بهذا الواقع، على أنه الواقع الحقيقي [٢].

هنا أيضاً، يكون دور المؤسسة الإعلامية هو بمثابة (حارس البوابة) الذي يختار المعلومات والبرامج التي يرى هو أنها تناسب الجمهور، فيسمح بتمرير معلومات معينة، ويرفض معلومات أخرى، وأحياناً يحذف أو يضيف بعض المعلومات، لكي تتناسب مع طبيعة جمهوره. ويقول الباحثون أن المؤسسة الإعلامية عندما تمارس هذا الدور، فهي تقوم بعملية (ترتيب الأولويات) لدى الجمهور، فالملومات المطروحة في الإعلام بكثرة والصاح تتخذ أهمية كبيرة في أذهان الجمهور، أما المواضيع التي يتجاهلها الإعلام أو يعطيها حجماً ضئيلاً، فتكون غير هامة في أذهان الجمهور. هذا يحدث على

**** الوظيفة الإعلامية تختلف في طبيعتها ما بين الإعلام (الحكومي - والتجاري - والعمومي).**

العمومية (غير الربحية)، مثل الشبكة العمومية الأمريكية، وهيئة الإرسال البريطانية، تقبل ببث الإعلانات التجارية المحدودة، لتحسين دخلها المالي.

ما هو دور المؤسسة الإعلامية؟

هذه المؤسسات الإعلامية المتنوعة الأهداف لها دور كبير في اختيار وتشكيل وعرض ما يشاهده ويسمعه ويقراه الجمهور كل يوم في المجتمعات المختلفة. وتشير بحوث الإعلام إلى أن دور المؤسسات الإعلامية يتركز فعلاً في عملية اختيار وصياغة الرسالة الإعلامية. هذه الرسالة الإعلامية



والمجتمع الذي تعمل فيه؟ وما هي درجة الإستقلالية التي تتمتع بها المؤسسة الإعلامية في المجتمع؟ وهل هذه المؤسسة تتمتع بحرية طرح المواضيع المختلفة؟ أم أن حريتها محدودة؟ وما هي علاقة المؤسسة الإعلامية بالمؤسسات الأخرى في المجتمع، مثل المؤسسات التشريعية، والقضائية، والثقافية، وغيرها؟

ثانيها: ما هي علاقة المؤسسة الإعلامية بالجمهور الذي تخاطبه؟ وما هي طبيعة نظرة هذه المؤسسة للجمهور؟ وفي هذا الخصوص، من المعتاد القول أن الإعلام الحكومي، بدوره الوطني التنموي، ينظر لجمهوره على أساس أنهم (مواطنون) بحاجة الى توعية، وتثقيف، وتحفيز على المساهمة في خطط التنمية. وهناك أمثلة عديدة على الاستخدام الناجح لمثل هذا المنهج في الإعلام التنموي، ولكن المشكلة كما نرى بعض النقاد، هي عندما يتحول هذا الأسلوب الى وصاية تامة على الجمهور.

أما الإعلام التجاري، فهو ينظر لجمهوره على أساس أنهم (مستهلكين)، مثل الزبائن في سوبرماركت، يأتون ليستهلكوا ما يشاؤون من الاختيارات المتاحة، لذلك لجأ الإعلام التجاري لعرض البرامج الترفيهية التي تجذب أكبر عدد من (الزبائن)، وبذلك يزداد دخلها من الإعلانات. وأخيراً، الإعلام العمومي يعامل جمهوره على أساس

افتراض أن الجمهور يقبل تماماً بما يعرض عليه بدون أي سؤال أو انتقاد، ولكن الواقع هو أن أفراد الجمهور يتفاوتون من حيث درجة الوعي والإطلاع، مما يمكن بعضهم من الخروج من تحديد الأولويات التي تطرحها المؤسسة الإعلامية[٤].

أما كيف تختار المؤسسة الإعلامية هذه الأولويات وتحددها مسبقاً لتعرضها على الجمهور، فهذا يعتمد على عوامل كثيرة ومتنوعة، منها ما يتعلق بثقافة وهوية المجتمع المحلي الذي تنطلق منه المؤسسة الإعلامية، ومنها ما يتعلق بالضغط الإقتصادي على المؤسسة وسعيها لتحقيق الربح، إذا كانت مؤسسة تجارية، كما أنها تتعلق أيضاً بالمهارات، والتوجهات، والقيم الخاصة بالعاملين في المؤسسة من كتاب، ورؤساء تحرير، ومصورين، ومنتجين، ومذيعين، وممثلين، وغيرهم. ومن هذه العوامل أيضاً ما يتعلق بنوع التكنولوجيا المتاحة لجمع وإنتاج وعرض البرامج بالطريقة المرغوبة. وفي النهاية تعتمد عملية عرض المواضيع على نوعية الجمهور المستهدف واحتياجاته في نظر القائمين على المؤسسة. كل هذه العوامل ستحدد في النهاية طبيعة الرسالة الإعلامية المعروضة على الجمهور.

بناءً على ذلك يطرح الباحثون عدة تساؤلات هامة.

أولها: ما هي العلاقة بين المؤسسة الإعلامية

محتواها، الذي يشمل الأخبار، والتعليقات، وأعمدة الرأي، ومن ثم محاولة معرفة مدى الإنحياز لوجهة نظر معينة على حساب أخرى، والأسباب التي دعت لذلك.

لاحقاً، دخل الباحثون مجال تحليل محتوى الأعلام السينمائية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والقصص الشعبية والقصص المصورة للأطفال، بهدف رصد ما تحتويه من مواد قد تؤثر سلباً على مواقف وسلوكيات الجمهور، وقد تؤدي إلى الانحراف أو الجريمة. وبناء عليه، قد يصدر قوانين وتشريعات تنظم وتحكم عمل الوسائل الإعلامية، وما تنشره من رسائل، خاصة منها ما يكون موجهاً للأطفال والمراهقين. مع ملاحظة أن بعض القرارات تتخذ بناء على دراسة المحتوى، ونوعية المواد المعروضة، بدون قياس علمي لحدوث الأثر السلبى أو الإيجابى على أرض الواقع، فكثيراً ما يكون هناك عدم تفريق بين المحتوى والأثر، ولم تتخذ دراسات الأثر شكلها الواضح إلا في وقت لاحق.

ومع انتشار وسائل الإعلام المختلفة، خاصة السينما والراديو والتلفزيون، في بداية القرن العشرين، نشأ لدى الباحثين الاجتماعيين والإعلاميين قلق حول القيم الاجتماعية والثقافية التي يتم عرضها ونشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة وأثر ذلك على المجتمع بصورة عامة. ومع تطور وسائل البحث

أنهم (أفراد مستقلين) يبحثون عن الثقافة، والإطلاع ليتخذوا القرارات التي تساعدهم لتحقيق أهدافهم الشخصية، وخدمة مجتمعهم، لذلك تكون برامج الإعلام العمومي ثقافية ومتنوعة، وأحياناً تكون ذات طابع (نخبوي)، أي تستهدف الطبقة العليا من المثقفين.

وفي النهاية، فإن الباحثين في مجال المؤسسات الإعلامية يركزون دراساتهم على العاملين في المؤسسات الإعلامية عن طريق المقابلات والاستطلاعات والملاحظات المباشرة. بالإضافة إلى ذلك، يستقي الباحثون معلوماتهم عن المؤسسات الإعلامية من خلال الوثائق التاريخية، والقرارات السياسية، والتشريعات القضائية التي تتعلق بعمل المؤسسات الإعلامية في مجتمع ما.

ثانياً: بحوث محتوى الإعلام (الرسالة الإعلامية):

منذ فترة طويلة اهتم الباحثون بتحليل الرسالة الإعلامية لمعرفة ما تحتويه من معلومات، ومحاولات لإقناع الجمهور، واستمالتهم لقضية معينة. ومن أقدم الدراسات الإعلامية في هذا المجال البحوث التي تتعلق بدور الصحافة في الدعاية، والتأثير على الرأي العام. ففي هذه الدراسات، يقوم الباحثون بتحليل محتوى الجرائد والمجلات لمعرفة طبيعة



لكن كيف يكون **الاعلام ناجحاً يلزمه** **ملاحظة الأثر الناتج** **عن المحتوى**

الإعلامية، نشأ حقل مستقل هو (بحوث تحليل المضمون)، وهي، كما وصفها الباحث (بيرنارد بيرلسون) (طريقة علمية، منهجية وموضوعية، لوصف محتوى الإعلام) [٥]، وساعد على ظهور هذا الاتجاه العلمي تطور الأساليب التحليلية عن طريق الحاسب الآلي، مما يسهل التعامل مع كمية كبيرة من المعلومات، وعقد مقارنات متنوعة بين العوامل والمتغيرات المختلفة.

١ - هل محتوى الرسالة الإعلامية يعكس بصدق واقع المجتمع الذي تعمل فيه؟ وإذا كانت لا تقوم بذلك، فما هي نوعية الاختلاف؟ ولمصلحة من؟ ومن هو المستفيد من تحريف الواقع؟

٢ - ما هي القيم التي تعكسها الرسالة الإعلامية وتعطيها الأولوية على حساب غيرها من القيم؟ وما هي القيم التي يتم تجاهلها أو تهملها؟

٣ - هل الرسائل والمضامين الإعلامية تلتزم بالمعايير المتعارف عليها، بصفتها عوامل جودة في الإعلام، مثل الموضوعية، والتعددية، والاستقلال، والتوازن، والدقة؟

٤ - هل هناك تحيز؟ ولمصلحة من؟ وما هو سبب وجوده؟

٥ - وبشكل أساسي، ما هو شكل النص الإعلامي وبناؤه، وما علاقة ذلك بالثقافة السائدة في

من ناحية أخرى، ظهرت دراسات لمحتوى الإعلام لا تعتمد على التحليل الكمي، بل تستند إلى التحليل النوعي، وتهتم بتحليل ونقد المعنى غير المباشر، أو الباطن، في الرسائل الإعلامية، هذه الطرق التحليلية النوعية تستمد بعض مناهجها وأساليبها من الدراسات الإنسانية والتحليل اللغوي والأدبي، مثل السيميائي والبنوي. وهناك الآن خلاف بين أصحاب المنهج الكمي وأصحاب المنهج النوعي في تحليل مضمون وسائل الإعلام، وهما يشكلان معسكرين متضادين، في أغلب الأحوال. ولكن هذا التنوع في المناهج، في الحقيقة، هو من عوامل إثراء الدراسات الإعلامية ودفعها للأمام.

وبشكل عام، هناك خمسة تساؤلات كبرى في تحليل المضمون الإعلامي، كما جدها (بينس مكويك) [٦]

وهي

المجتمع؟ مثلاً، ما علاقة شكل النص الإعلامي
بأساليب التعبير التقليدية المتعارف عليها في
المجتمع؟

طرق تحليل المضمون :

وطرق تحليل المضمون الإعلامي متعددة
ومتنوعة، وهي لا تزال في تطور مستمر، وكما يشير
(دينس مكويل)، يمكن تصنيفها على خط
مستمر [٧]. في أقصى جهة من هذا الخط، نجد أن
المضمون الإعلامي مجزأ إلى وحدات صغيرة تدل
على معنى محدد، أو ترمز لحالة معينة، ويمكن
تناولها بطريقة إحصائية، (رقمية، وكمية). مثل
إحصاء عدد كلمات معينة (لها إحياءات سياسية أو
اجتماعية معينة) وردت في مجموعة من المقالات
لكاتب معين، أو إحصاء عدد الجرائم والضحايا في

مسلسل بوليسي أو فيلم سينمائي، أو إحصاء عدد
الدقائق التي تستغرقها الفقرات الإخبارية في نشرة
أخبار تلفزيونية، والحصول على مؤشر للأهمية لكل
فقرة بناء على الوقت المتاح لكل موضوع.

وفي أقصى الجهة المقابلة من الخط، نجد
الدراسات البنيوية التي تعامل مضمون الإعلام على
أنه (نص مقروء) يحتمل العديد من التفسيرات،
وينطوي على قدر كبير من الإحياءات، ويحتاج في
تحليله إلى نقاد لهم اطلاع واسع بأساليب النقد
والتحليل البنيوي. وهذا المنهج يقسم النصوص
الإعلامية إلى (أجناس) أو (أنواع)، كل جنس له
مواصفاته وأنماطه المتكررة، مثل نمط برامج
المسابقات، أو نشرات الأخبار، أو برامج الأطفال، أو
أفلام الكرتون، أو الأغاني المصورة، وغير ذلك.
ويبحث الدارس عن القيم المهيمنة المسيطرة على كل
نص، والتي قد لا تكون واضحة على السطح لأول
وهلة، بمعنى أنه يبحث عن قيم فكرية، وسياسية،
و دينية، وثقافية ينطوي عليها النص، وتكون غير
صرحية، بل هي جزء من البناء الخفي للنص [٨].

بناء على هذا التعدد في الأساليب، نجد أن
نتائج تحليل مضمون الإعلام أيضاً متعددة ومتباينة،
تعكس في نفس الوقت اختلاف وتعدد النصوص
الإعلامية نفسها وتنوعها. ولكن هناك اتفاق عام
تقريباً بين الباحثين على أن محتوى الإعلام لا يعكس

محتوى
الإعلام لا يعكس
واقع المجتمع
كما هو



الباحثون إن هذا يتطلب من القارئ التفكير العقلاني الهادئ. ولأن القراءة تتطلب وقتاً ومجهوداً، فإن مردودها مؤجل ويطيء نسبياً.

أما التلفزيون بالمقابل، فهو يعتمد على حواس أخرى، وقد يعرض صوراً وأفكاراً غير مرتبة منطقياً، بل إن بعض أنواع البرامج تكون عشوائية تماماً، مثل ما يحدث في الإغاني المصورة، بل وحتى نشرات الأخبار تعطي كمّاً كبيراً من الصور المذهلة في غضون دقائق معدودة، قد لا يتسنى للمشاهد استيعابها جميعاً فليس لديه الوقت الكافي لذلك. والتلفزيون يعطي مردوداً سريعاً ومباشراً من خلال الصورة والصوت معاً، ولذلك يكون أثره حسياً وعاطفياً، أكثر من أن يكون منطقياً وعقلانياً.

بناءً على ذلك، يقول علماء دراسة الوسيلة، أن وسائل الإعلام تعلمنا (طريقة التفكير) هل ستكون حسنة وعاطفية، أو منطقية وعقلانية. ومن أشهر علماء الوسائل عالم الاتصال الكندي (مارشل مكلوهان) الذي قال أن نوعية (الوسيلة) وتأثيرها على طريقة تفكير الناس في المجتمع، وعبر التاريخ، هي أهم من محتواها (أي أهم من الرسالة نفسها)، ولذلك قال عبارته المشهورة (الوسيلة هي الرسالة).

ومن أشهر مقولات (مكلوهان) أيضاً هو أن وسائل الاتصال الحديثة هي امتداد لحواس الإنسان. قالها تف هو امتداد السمع، والتلفزيون هو

واقع المجتمع كما هو، بل دائماً ما تكون الرسالة الإعلامية هي اختيار محدد لجانب معين، أي أن المضمون هو وجهة نظر (أو وجهات نظر متعددة) عن الواقع الاجتماعي. والذي يتحكم بوجهات النظر هو السياق الاجتماعي، والثقافي، والسياسي لوسائل الإعلام في مجتمع معين. ويتحكم به أيضاً ما يعتقد القارئون على وسائل الإعلام بأنه رغبة الجمهور واهتمامه، فإذا رأت محطة تلفزيونية معينة أن جمهورها يرغب بالأغاني المصورة، ويفضلها على البرامج الثقافية، فإنها ستخصص وقتاً أطول للأغاني على حساب البرامج الثقافية، وهكذا.

ثالثاً: بعوث الوسيلة الإعلامية :

هناك مجموعة من علماء الإعلام والاتصال يركزون اهتمامهم على نوعية الوسيلة الإعلامية المستخدمة في أي مجتمع وفي أي فترة تاريخية، ويقولون إن طبيعة الوسيلة تحدد بشكل كبير الأثر النهائي على المجتمع ككل، لأن كل وسيلة تخاطب حواس ذهنية وعاطفية مختلفة لدى الإنسان [٩].

فمثلاً القراءة تؤدي إلى طريقة تفكير منتبهة في التفكير، فالقراءة المطبوعة تعرض الموضوع بتسلسل من سطر إلى آخر ومن صفحة إلى أخرى، بطريقة توجي بالسببية، أي أن ما جاء ذكره أولاً تسبب في حدوث النتيجة التي بعده، ويقول

امتداد البصر، والسيارة والطائرة امتداد الأرجل (المشي)، كما أن أسلاك الكهرباء في المدن هي امتداد للشبكة العصبية داخل الإنسان. وتكون النتيجة أن حواس الإنسان أصبحت مضاعفة وقادرة على استيعاب ما لم يكن الإنسان القديم قادراً عليه، أو يحلم به. والإنسان الحديث يرى ويسمع حوادث تقع على بعد آلاف الأميال عنه وهو جالس في غرفته الخاصة، وبهذا فهو يعيش في (قرية عالمية)، كما سماها (مكلوهان)، وهو أول من ابتدع هذا المصطلح، الذي أصبح مصطلحاً شائعاً جداً هذه الأيام، والمراد له مصطلح (العولمة) [١٠].

وعلماء دراسة الوسائل يؤكدون أن وسائل الاتصال المختلفة قد لعبت أدواراً حاسمة في تطور المجتمعات البشرية. فمثلاً، صناعة الورق أدت إلى انتشار الكتابة، ومن ثم ظهور البيروقراطية، وهذا أدى إلى تنظيم الهيكل السياسي للدول والامبراطوريات القديمة وتماسكها عن طريق توحيد الأنظمة ونشر التعاميم والأوامر. أما اختراع الطباعة في أوروبا في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، فقد شجع بشكل كبير على ظهور حركة التصحيح البروتستانتية، في صراعها مع الكنيسة الكاثوليكية الرومانية. وظهر الصحافة اليومية في مختلف البلدان الأوروبية، باللغات المحلية، مثل الألمانية والإنجليزية والفرنسية وغيرها، أدى إلى

المنهـل (الإصدار السنوي)

ظهور النزعة القومية لدى مواطني الشعوب الأوروبية المختلفة، وتشكيل هوياتهم الوطنية والثقافية. أما اختراع التليغراف في أمريكا، فقد ساعد بشكل رئيسي على ربط الولايات المتحدة الأمريكية المتباعدة الأطراف، وتوحيدها اقتصادياً وسياسياً.

واختراع التلفزيون يرتبط عادة لدى علماء دراسة الوسيلة، بانهيار المواجه بين الفئات الاجتماعية ونقص الخصوصية، لأن التلفزيون بطبيعته يعرض التفاصيل الحميمة، من خلال الدراما والبرامج الأخرى، ويعرّي الكثير من القضايا، فيصاحب ذلك إحساس بفقدان الخصوصية. وأخيراً، الانترنت بدأت بترسيخ مفهوم (القرية العالمية) كما تتبناها مكلوهان، ولا تزال آثار الانترنت غير معروفة تماماً حتى الآن، فعلماء الاتصال يقولون إننا في بداية ثورة الإنترنت. ولكن من الواضح أن الإنترنت تصاحبها الآن عدة ظواهر، من أهمها التعددية، وفقدان الخصوصية، ونقص في نفوذ مصادر الأخبار التقليدية الكبرى لصالح المصادر الصغرى والفردية، واتجاه نحو نشر الإشاعات والأخبار غير الموثوقة.

ويجمع الباحثون في هذا المجال على أن وسائل الإعلام الحديثة غيرت من التركيبة السياسية للمجتمعات الغربية، لأنها تخاطب الرأي العام مباشرة، متجاوزة الطرق التقليدية التنظيمية التي



البيان الاجتماعي والثقافي والسياسي لوسائل الاعلام يتحكم قائما في مضمون الرسالة الاعلامية

وبالتالي التعامل معه والاستجابة لحاجاته، وكذلك الاستجابة لحاجة المعلنين لمعرفة خصائص الجمهور الذي قد يتعرض لإعلاناتهم. ففي بداية عصر الراديو في الولايات المتحدة الأمريكية، كانت هناك حاجة ملحة لدى شركات الإذاعة، وهي مؤسسات تجارية تسعى الى الربح، أن تعرف، بتكبر قدر من الدقة، عدد المستمعين وأعمارهم ومناطق استماعهم وأوقات استماعهم، وغير ذلك من المعلومات الحيوية التي تساعد على تطوير برامج المخطات من جهة، وإقناع المعلنين بجدوى إعلاناتهم في المحطات الإذاعية المختلفة، متى ما اثبتت هذه المحطات شعبيتها لدى جمهور معين يرغب المعلن في الوصول

كانت في السابق تعتمد على السلطة الدينية، وسلطة الأحزاب، وسلطة البرلمان. فمثلا من الملاحظ الآن في جميع الدول تقريباً أن رؤس الدولة يخاطب الشعب مباشرة من خلال الراديو والتلفزيون، ويحاول اقناعهم بخطة وأهدافه، متجاوزاً بذلك سلطة البرلمان والسلطات الحزبية. وعلى سبيل المثال أيضاً في عام ١٩٩٢م، أثناء انتخابات الرئاسة الأمريكية، دخل شخص ثري جداً المسابقة الإنتخابية بمفرده، دون أي دعم من أي من الأحزاب التقليدية. هذا السياسي، الذي اسمه (روس بيرو) اعتمد على مخاطبة الرأي العام الأمريكي مباشرة من خلال المقابلات التلفزيونية، ومن خلال الدعايات الإنتخابية التي كان يدفع قيمتها بالملايين من ثروته الخاصة.

وأخيراً، فإن علماء دراسة الوسيلة يركزون معظم اهتمامهم على دور الوسيلة التاريخي في المجتمع، ولكنهم نادراً جداً ما يدعمون ذلك بدراسات على واقع الجمهور كأفراد مستقلين يمكن أن يكون لهم دور أو قدرة على التعامل مع الوسائل المختلفة. ولذلك، تبقى نظريات الوسيلة نظريات فلسفية تاريخية قابلة الجدل والتطوير المستمر.

رابعاً: بحوث الجمهور:

بدأت دراسات الجمهور نتيجة الحاجة لدى وسائل الاعلام لمعرفة طبيعة وتكوين جمهورها،

إليه [١٧]

وتطورت هذه الاستطلاعات الأولية لتصبح بحوثاً أكثر تفصيلاً وشملت وسائل إعلام متنوعة،

**** الوسائل
الاعلامية
والاتصالية
اصبحت تشكل
امتداداً
طبيعياً لحواس
الجمهور.**

**** فقدان
الفصوية
والتعددية من
سمات
الانترنت.**

**** الشخصي
والمقلاني
والعاطفي تمثل
مركزات
الخطاب
الجماهيري.**

وسعت لمعرفة دوافع الجمهور للإستماع أو المشاهدة أو القراءة، وما هي الفوائد أو الحاجات التي تلبيها وسائل الإعلام لأفراد الجمهور بمختلف فئاتهم. ومن رواد دراسات جمهور الإعلام عالم الاتصال (بول لازرسفيلد) الذي أجرى بحوثه على جمهور الإذاعة والوسائل الأخرى في الأربعينيات من القرن العشرين في مركز البحوث في جامعة كولومبيا، في نيويورك والذي كان من أهم اكتشافاته أهمية دور الاتصال الشخصي كجزء مكمل لدور وسائل الإعلام.

وقد كان الاتجاه السائد في نظريات

الإعلام الأولى أن وسائل الإعلام هي مصادر قوية وفعالة لنشر المعلومات والأفكار، تبث رسائل باتجاه واحد الى أفراد الجمهور الذين يستقبلون هذه الرسائل ويتقبلون ما هو معروض عليهم دون أي نشاط، أو تفكير عميق. ولكن دراسات (لازرسفيلد) وزملائه أوضحت أن أعضاء الجمهور لا يتابعون وسائل الإعلام، ويحاول بعضهم أن يقنع البعض الآخر بوجهة نظره حيال المواضيع المختلفة، والنقطة الهامة هي أنه إذا حدث قبول بفكرة معينة، أو عكسها، فإن هذا القبول يكون، في الغالب، نتيجة التأثير الشخصي، وليس بالضرورة نتيجة الإقناع المباشر من وسائل الإعلام، أما دور وسائل الإعلام، فتكون أهميته في طرح الموضوع للبحث والنقاش.

وهذه النظرية تعترف باسم نظرية (تدفق المعلومات على مرحلتين) لما تنطوي عليه من أهمية كبيرة للاتصال الشخصي بالإضافة الى دور وسائل الإعلام. وبناء على هذه النظرية، قال بعض علماء الاتصال أن دور وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور ليس قوياً ومباشراً وموحداً، كما كان الاعتقاد السابق، بل إن أثر وسائل الإعلام هو، في الواقع، ضعيف، وثانوي بالنسبة للاتصال الشخصي، وما يجري في المحيط الاجتماعي [١٢].

ولكن هناك فريق آخر من علماء الاتصال لا يزالون يرون أن أثر وسائل الإعلام قوي وفعال في المجتمع،



الجمهور ومحيطهم الشخصي، ظهرت نظريات أخرى تفصيلية، تبني على هذا الاتجاه النظري وتدعمه بدراسات تطبيقية عديدة، وهي تركز على دراسة الجمهور والعوامل التي تدفعه للاهتمام بوسائل إعلامية معينة، ورسائل إعلامية معينة، والحاجات التي تلبيها وسائل الإعلام لهذا الجمهور، بناء على دوافعهم النفسية والاجتماعية ويسمى هذا الاتجاه النظري (نظرية الاستخدامات والاشباع)، بمعنى أن فرداً من الجمهور قد يستخدم الراديو ليشبع رغبة الحصول على المعلومات، وفرداً آخر يستخدم فيلماً سينمائياً لإشباع رغبة التشويق والإثارة، وفرداً ثالثاً يستخدم برنامجاً كوميدياً في التلفزيون لإشباع رغبة الاسترخاء والابتعاد عن الهموم[١٣].

ونظرية الاستخدامات والاشباع تضع النفوذ والسيطرة في جانب الجمهور، أما وسائل الإعلام فهي ضعيفة وقليلة النفوذ، حسب هذه النظرية، لأن الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمحتوى الذي يناسبه، ويتجنب كل ما لا يناسبه، أو يتعارض مع اتجاهاته، وبهذا تكون وسائل الإعلام موجودة فقط لتلبية رغبات الجمهور، وهي لن تستطيع أن تجبرهم على متابعة رسالة معينة، ما لم يكونوا راغبين فيها أصلاً، وبناء على ذلك، لن يكون باستطاعة وسائل الإعلام تغيير رأي الجمهور أو إقناعهم بفكرة معينة، ما لم يكونوا ميالين لها أساساً. هذه النظرية

وحاولوا إثبات ذلك بطرق وحجج أخرى (وستعود لذلك في الجزء التالي من هذا المقال).

وفي نفس هذا الاتجاه، الذي يقول بأن أثر وسائل الإعلام ضعيف، انتصح العلماء أن الجمهور يمر بعدة عمليات اختيارية تقلل من احتمال تأثره بوسائل الإعلام بشكل قوي ومباشر. وقد أشارت دراسات الباحث (جوزيف كلاير)، منذ عام ١٩٦٠م، أن الجمهور يمر بعدة عمليات ذهنية اختيارية أثناء تعامله مع وسائل الإعلام. من أهم هذه العمليات الذهنية التعرض الاختياري، حيث يختار الفرد الوسيلة التي يريد التعرض لها، وقد يتجاهل تماماً الوسائل الأخرى، والتفسير الاختياري وهو أن يتعرض الفرد للرسالة الإعلامية ولكن يفسرها حسب هواه وميوله، والتذكر الاختياري وهو أن الفرد لا يتذكر كل ما يشاهده ويسمعه، ولكنه فقط يتذكر الأمور التي تتناسب مع أفكاره واتجاهاته المسبقة، وأخيراً، التصريف الاختياري هو أن يقرر الفرد إذا كان يريد التصريف حسب ما سمع أو شافه، أم لا، مثل شراء سلعة ما، أو التطوع لعمل خيري، وما شابه ذلك.

نظرية الاستخدامات والاشباع :

وامتداداً للمنظور القائل بأن أثر وسائل الإعلام ضعيف وغير مباشر، وأنه يعتمد على اتجاهات

مجال الإعلام، لأنها، على الأقل، تفسر لنا اتجاهات الجمهور ورغباتهم واسباب بحثهم عن رسائل إعلامية معينة. كما أن ظروف الاتصال الإلكتروني حول العالم في عصرنا هذا، بما فيها من بث فضائي واتصال بالانترنت، فتحت المجال لمزيد من الوسائل والقنوات الإعلامية، ومزيد من التنوع في الرسائل الإعلامية، مما يجعل افتراضية توفر الخيارات أنصب الى الصواب.

BIBLIOTHECA ALEXANDRINA
الغالب: **رسائل الأثر:**

دراسات الأثر تبحث في نوعية وحجم استجابة الجمهور لمحتوى الإعلام، إما بالتغيير أو بالدعم، بمعنى أن متابعة الجمهور لرسالة إعلامية معينة سوف تؤدي، في الغالب، إما لتغيير أفكارهم أو سلوكهم، من ناحية، أو الى تعزيز ودعم أفكار ومواقف موجودة لديهم أصلاً، من ناحية أخرى [١٤]. وهذا النوع من البحوث مرتبط بدراسات الإقناع، الذي هو نشاط بشري قديم مارسه الإنسان منذ بداية التاريخ الإنساني. فمنذ عرف الإنسان القديم استخدام اللغة، فلقد أنه استخدمها للتعبير عن رأيه، ومحاولة إقناع الآخرين بذلك الرأي. وقد درس قدماء الفلاسفة هذه الظاهرة وخرجوا بقوانين عامة للفن الإقناعي الخطابي والبلاغي، فمن أقدم الدراسات في هذا المجال نظرية

تفترض أيضاً وجود تعدد وتنوع كبير في وسائل الإعلام، بحيث يتسنى للجمهور اختيار ما يناسب ذوقه واتجاهه. كما أنها تفترض أيضاً أن وسائل الإعلام ليس لها أغراض سوى تلبية حاجات الجمهور، أي ليس لها نوايا إقناعية أو دعائية، فكرية وسياسية.

طبعاً، لقيت هذه النظرية انتقادات كثيرة من بعض علماء الاتصال، الذين قالوا إن الخيارات الإعلامية المتاحة ليست كثيرة ولا متنوعة بقدر كلف، بحيث تغطي كل حاجات الجمهور، خاصة في المرحلة النامية. كما أن النظرية تستبعد وجود أهداف ونوايا لدى وسائل الإعلام للتأثير الفكري والسياسي والإقصادي على الجمهور. وهذا كله يضعف نظرية الاستخدامات والاشباع، ولكن بالرغم من ذلك، فإن هذه النظرية تلقى قبول الكثير من الباحثين في

**وسائل الإعلام
تعرض على الجمهور
نماذج مفهومية
ومرغوب فيها
ليقلدها الجمهور**



وأساليب البحوث المتعلقة بدراسة أثر الدعاية ومحاولات الإقناع والتأثير. وبدا واضحاً للباحثين وعلماء الاتصال أن العلاقة بين الرسالة الإعلامية واستجابة الجمهور مرتبطة بعدة عوامل متداخلة تجعل من الصعب التنبؤ دائماً بمدى نجاح أي مصدر إعلامي في التأثير على جمهوره.

هذه العوامل تشمل خصائص المصدر ومصداقيته، وخصائص الرسالة، أي ترتيبها وصياغتها وما تحتويه من استمالات عقلانية وعاطفية، ومواصفات القنوات والوسائل الإعلامية المستخدمة في الوصول للجمهور، وخصائص الجمهور نفسه وتعدد وتنوع فئاته، وأخيراً، نوعية السياق الذي يحدث فيه الاتصال. وبدون العلم بكل هذه العوامل الهامة والمتداخلة، لا يمكن التنبؤ بنوعية الأثر الذي سوف تحدثه رسالة إعلامية معينة في جمهور ما.

والتجارب العلمية التي يقوم بها الباحثون لقياس أثر وسائل الإعلام تنقسم إلى نوعين:

النوع الأول: هو التجارب المختبرية التي يتم فيها تعريض عينة مختارة من الجمهور لرسالة معينة في نطاق زمني ومكاني محدود، وينتج عنها نتائج واضحة ومحددة، لكن يصعب تعميمها بشكل أوسع على عامة الجمهور، مثل عرض فيلم كرتوني على مجموعة من الأطفال ومراقبة تصرفاتهم بعد المشاهدة مباشرة، أو عرض برنامج إخباري على

الفيلسوف اليوناني القديم، أرسطو، في الإقناع الخطابي، والمعروفة من خلال كتابه الشهير (فن الخطابة). في هذا الكتاب، يقول أرسطو إن الإقناع يتم بثلاثة أنواع من الأدلة، هي الدليل الشخصي وهو مصداقية المتحدث ومدى ثقة الجمهور به، والدليل العقلاني وهو عرض الأدلة والحقائق العقلانية التي تدعم وجهة نظر المتحدث، والدليل العاطفي وهو استمالة الجمهور عاطفياً وتحريك مشاعرهم نحو الهدف الذي يريده المتحدث [١٥].

وفي العصر الحديث، زاد الإهتمام بدراسة الإقناع، خاصة مع تطور وسائل الإعلام الحديثة، مثل الصحافة والرايو والسينما والتلفزيون واستخدامها في الدعاية السياسية والفكرية، كما كان واضحاً أثناء الحرب العالمية الثانية، حيث كان هناك نشاط دعائي مكثف من قبل ألمانيا النازية، وروسيا الشيوعية، وإيطاليا الفاشية، وكذلك في بريطانيا، والولايات المتحدة الأمريكية. ويرى (جوزيف جويلز) وزير الدعاية الألماني، خلال الحرب العالمية الثانية، كواحد من أنكى مصممي الدعاية والحرب النفسية في العصر الحديث، باستخدامه للإذاعة والتصوير السينمائي والملصقات والاستعراضات العسكرية.

وبعد الحرب العالمية الثانية، تطورت أساليب استخدام وسائل الإعلام في الإقناع والدعاية. وفي نفس الوقت، تطورت أيضاً الدراسات الإعلامية،

مجموعة من الكبار ومعرفة رد فعلهم من خلال الاستبيانات والمقابلات.

النوع الثاني: هو الدراسات الحقلية التي تتم في مجال الحياة الطبيعي عن طريق الاستبيانات والملاحظات، وهذه التجارب توضح دور العوامل الشخصية والبيئية في عملية نشر الأفكار والمعلومات وأثرها على الجمهور.

وبهاتين الطريقتين تم دراسة العديد من الرسائل الإعلامية واحتمالات أثرها على الجمهور. وقد اهتم الباحثون بدراسة العديد من أنواع الأثر المحتملة على الجمهور، منها الحملات الدعائية في فترات الإنتخابات، والإعلانات التجارية، والحملات الترويجية الاستهلاكية، وحملات التوعية وتنقيف الجمهور، واستخدام الإعلام في التنمية الاجتماعية والثقافية، وأثر البرامج والأفلام العنيفة على سلوك الأطفال والشباب، وعلاقة وسائل الإعلام بتنشئة الطفل، وما شابه ذلك. ولا تزال البحوث من هذا النوع وغيرها تجري، مع زيادة في الوعي لدى الباحثين بأن دراسة أثر الإعلام كثيراً ما تكون عملية معقدة، وأنه كثيراً ما يصاحب الرسائل الإعلامية آثار غير مقصودة وغير مرتقبة.

وبالرغم من الاعتقاد لدى بعض علماء الإعلام بأن أثر وسائل الإعلام ضعيف، كما رأينا سابقاً، إلا أن الكثير من الباحثين الآخرين يرون بأن وسائل الإعلام لها فعلاً دور قوي في المجتمع، إلا أن هناك

المفصل (الإصدار السنوي)

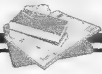
صعوبات في إثبات ذلك من خلال البحوث الإعلامية بشكل قاطع. ومن هذه الصعوبات أن آثار وسائل الإعلام تحدث على المدى الطويل، ودراسات الأثر على المدى القصير غير قادرة على اثباتها، بالإضافة إلى ذلك، يقول الباحثون أن معظم آثار وسائل الإعلام تكون ذهنية، وتبقى كذلك لفترة طويلة، وقليل ما تظهر كسلوك يمكن قياسه وملاحظته بسهولة. ومن الصعوبات أيضاً هو أن الدراسات المفصلة لأثر وسائل الإعلام على المدى الطويل قليلة، لأنها تتطلب جهداً عالياً، وتكاليف باهظة.

أهم بحوث الأثر :

وبرغم الصعوبات في دراسة أثر وسائل الإعلام، فإن هناك عدة اتجاهات نظرية نتج عنها، عبر العقود القليلة الماضية، نتائج هامة توضح أثر وسائل الإعلام على الجمهور والمجتمع في مجالات مختلفة، فبالإضافة إلى النظريات التي ورد ذكرها سابقاً في هذا المقال، هذه أربعة أمثلة أخرى لأهم نظريات الأثر الإعلامي، وبعض نتائجها [١٦]:

١ - نظرية فجوة المعلومات:

تقول هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تنشر المعلومات بالتساوي بين أفراد المجتمع، ولكن يوجد في المجتمع فئات تستفيد من وسائل الإعلام بطرق أكبر من الفئات الأخرى. وغادة يكون سبب الفارق بين المجموعتين هو المستوى التعليمي والإقتصادي.



بمشابة (قادة رأى) لغيرهم من الجمهور. وهذه النظرية في غاية الأهمية للدول النامية، حيث تكون هناك رغبة في إدخال الأفكار التوعوية في مجال التعليم والصحة والأمن، وما شابه ذلك.

٣ - التعلم الإجتماعي:

هذه النظرية التي طرحها العالم (البرت بندورا) تقول بأن وسائل الإعلام تعرض على الجمهور نماذج مرغوبة ومغرية في شكلها وتصرفاتها، وتشجع أعضاء الجمهور، خاصة صغار السن، على تقليد هذه التصرفات. والفرد يتقمص دور الشخصية المفضلة لديه، ويتمرن ذهنياً على القيام بالدور. وهناك الكثير من التشجيع في وسائل الإعلام على هذا التعلم والتقليد، مثل ما يحدث في الإعلانات التلفزيونية، حيث الشخص الذي يشتري السلعة يحصل على القبول والرضى من قبل الشخصيات الأخرى في الإعلان. ومن الملاحظ أن الأطفال يقلدون الكثير مما يشاهدوه في وسائل الإعلام من تصرفات قد تكون إيجابية أو سلبية. ومما يحدد مدى حدوث التقليد لدى الأطفال هو وجود الدافع أو التعزيز في المحيط الاجتماعي من حولهم، فإذا وجد الطفل تشجيعاً على تصرفاته الجديدة فإنه سوف يستمر في القيام بها، أما إذا وجد الردع والتوبيخ، فلن يكون التقليد مغزياً بالنسبة له.

٤ - نظرية الغرس الثقافي:

وتسمى أيضاً نظرية الإنماء الثقافي، وهي

فالناس الذين يتمتعون بمستوى تعليمي واقتصادي أعلى يستفيدون بشكل أكبر من المعلومات المعروضة من خلال وسائل الإعلام المتنوعة. أما الفئة الأخرى فلا يستطيع أعضاؤها الحصول على نفس الوسائل، أو قد يجهلون طريقة استخدامها، كما هو الحال في استخدام الكمبيوتر والانترنت. وهذه الفجوة في المعلومات تشكل عائقاً في الدول النامية، حيث ترغب الدولة في نشر الوعي والتثقيف بالتساوي بين السكان، لكن هناك فئات يصعب الوصول إليها، للأسباب المذكورة.

٢ - نظرية انتشار الأفكار والمخترعات الحديثة:

هذه نظرية مكمل للنظرية السابقة، وهي تصف الطريقة والمراحل التي يتقبل بها الناس الأفكار الجديدة المطروحة عليهم، خاصة من خلال وسائل الإعلام. ومن خلال الدراسات المتعددة، اتضح أن الأفكار والمخترعات الجديدة تنتشر ببطء لدى فئة من الجمهور تتصف بمتابعة كبيرة لوسائل الإعلام، كما تتصف بحب التجريب والمغامرة. بعد ذلك، تنتقل الفكرة من الفئة الأولى إلى بقية أعضاء الجمهور، وبذلك يتسارع معدل قبول الفكرة الجديدة، إلى أن يشمل القبول عدداً كبيراً من الجمهور. في النهاية، تصبح الفكرة عادية، ولا يبقى سوى عدد قليل من الناس الذين لم يقبلوا الفكرة، ويكون دور وسائل الإعلام هو نشر الفكرة الجديدة، خاصة في وسط الفئة الأولى التي ترغب في التجديد، حتى يكونوا

في جميع مجالات الحياة تقريباً، كما أنها ذات تنوع كبير، بحيث يصعب تحديد آثارها بمعزل عن المتغيرات الاجتماعية والثقافية والسياسية في المجتمع.

خاتمة :

في هذا المقال، تم استعراض بحوث الإعلام في محاولة للتعرف على طبيعة دور وسائل الإعلام في المجتمع، وتم تقسيم البحوث الى خمسة أقسام تتوافق مع الأجزاء الخمسة المعروفة التي تتكون منها أي عملية إعلامية في العصر الحديث، وهي بحوث المؤسسة الإعلامية، والرسالة، والوسيلة، والجمهور، والآخر. واتضح مدى التعقيد في موضوع دور وسائل الإعلام في المجتمع، وصعوبة دراسته بطريقة واقية، لما لوسائل الإعلام من انتشار وتنوع كبير في العصر الحديث. ولكن معظم البحوث تؤكد ما نلاحظه يومياً من خلال تفاعلنا مع وسائل الإعلام، وهو أن وسائل الإعلام تختار وتعرض لنا شتى أنواع المعلومات والأفكار بطريقة جذابة، ومثيرة أحياناً، بحيث تكون هذه المعلومات والأفكار جزء من تفكيرنا اليومي، وتلعب دوراً كبيراً فيما نتخذه من قرارات وسلوكيات.

الهوامش :

(١) المرجع الأساسي لهذا المقال هو:

نظرية طرحها الباحث (جورج جرينز) وتقول بأن وسائل الإعلام، خاصة التلفزيون، تطرح أفكاراً وأنماطاً من السلوك نمطية ومكررة، ويعيندها عن الواقع. مثلاً، المسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية تصور مواقف عنيفة أكثر مما هو موجود على الواقع، والمسلسلات العاطفية تصور مواقف غرامية أكثر مما هو موجود على الواقع، والإعلانات التجارية تصور فوائد للسلع أكثر مما هو موجود على الواقع. وهكذا. ولكن وسائل الإعلام تعرض كل ذلك على أساس أنه هو الواقع الطبيعي والحقيقي، وهي بذلك تغرس ثقافة ذات نمط معين، هو في الغالب خاطيء، ومخالف لطبيعة الأمور في المجتمع. والجمهور الذي يتعرض لهذه الرسائل الإعلامية بكثافة، ويعتمد عليها في اتخاذ قراراته اليومية، يكون تحت انطباع خاطيء مبني على الصور الخاطئة التي تبثها وسائل الإعلام، على سبيل المثال، اشارت الدراسات في هذا المجال في الولايات المتحدة الأمريكية، أن الأفراد الذين تكون مشاهدتهم للتلفزيون كثيفة يتولد لديهم احساس بأن العالم من حولهم عنيف وقاس، وذلك لكثرة أفلام العنف في التلفزيون الأمريكي.

وأخيراً، يرى الكثير من الباحثين أن أثر وسائل الإعلام هو من الأمور المعقدة، التي يصعب دراستها بطريقة واقية، وذلك لأن وسائل الإعلام الحديثة تدخل



Denis Mcquail, "Mass Com-
munication Research," PP. 489.

(٧) المرجع السابق ص ٤٨٩.

(٨) حسن مكاي، وإيلي السيد، ص ١١٨ - ١٢٣.

(٩) حسن مكاي، وإيلي السيد، ص ٨٧ - ١٠٨.

Elihu Katz, "Mass Media Ef-
fects," International Encyclopedia
of Communication, 1985, P. 495.

وأنظر أيضاً:

نايف علي عبيد، العولمة: مشاهد وتساؤلات، مركز
الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية: أبوظبي
٢٠٠١.

(١١) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث
الإعلام، عالم الكتب: القاهرة ١٩٩٣.

(١٢) حسن مكاي، وإيلي السيد، ص ٢٥٠ - ٢٥٤.

(١٣) حسن مكاي، وإيلي السيد، ص ٢٢٩ - ٢٤٩.

(١٤) أنظر:

Jennings Bryanf and Dolf Zill-
mann (eds), Media Effects: Ad-
vances in Theory and Research,
Lawarence Erlbaum: Hillsdale,
New Jersey, 1994.

(١٥) راكان عبد الكريم حبيب، طرق الخطابة

والإقناع، مكتبة دار جدة: جدة ١٩٩٥.

(١٦) للمزيد عن هذه النظريات، أنظر: حسن

مكاي، وإيلي السيد

Denis Mcquail, "Mass Com-
munication Research," The Inter-
national Encyclopedia of Com-
munication, 1985. pp. 487-492.

أنظر أيضاً:

Denis Mcquail, "Mass Com-
munication Theory: An Intro-
duction, Sage: London, 1984.

حسن عماد مكاي، وإيلي حسين السيد، الاتصال
ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة
١٩٩٨.

كمال عبد الرؤوف (مترجم) نظريات وسائل
الإعلام، الدار الدولية القاهرة ١٩٩٣.

(٢) أنظر:

Denis Mcquail, "Media Per-
formance: Mass Communication
and the Public Interest, Sage:
London, 1992.

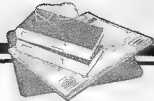
(٣) حسن عماد مكاي، وإيلي حسين السيد، ص
١٤٣ - ١٧٢.

(٤) حسن مكاي، وإيلي السيد، ص ١٧٦ - ١٨٤ و
ص ٢٢٨ - ٣٠١.

Denis Mcquail, "Mass com-
munication Research," P. 488.

وأنظر أيضاً:

محمد ناجي الجوهر (مترجم) تحليل مضمون
الإعلام، دار قدسية ١٩٩٢.



دور وسائل الإعلام

في تفتح الأبناء

بقلم : عبد الرزاق زعال

— سوريا —

لقد حلت وسائل الإعلام محل الوالدين
والمدرسين في نقل العلوم والمعارف إلى الافراد،
فأصبح التعليم يتم خارج المدرسة، وأصبحت
كميات كبيرة من المعلومات التي تنقلها
الصحف والإذاعات ومحطات التلفزيون في
أيامنا هذه تفوق بكثير كميات المعلومات التي
ينقلها مدرس المدرسة .

ويعتبر التلفزيون من أخطر الوسائل الإعلامية،
لأن تأثيره يفوق تأثير الوسائل الإعلامية الأخرى،
وهو ليس ضعيفاً دائماً على الأسرة فحسب بل هو
مشارك في مسؤولية إعداد وتربية الأطفال .

ان الأسرة والمدرسة والأصدقاء ووسائل الإعلام
تكسب الطفل وتعلمه عاداته وتقاليده، وقيمه، اي
تكسبه العوامل الاجتماعية في شخصيته .

ولا ننسى ان عامل الوقت الذي يقضيه الطفل
أمام جهاز التلفزيون يعتبر هو الأساس الذي يجعل
التلفزيون من الكماليات، بل اصبح من الضرورات
الحياتية، حوله تتجمع الأسرة، ومنه يحصل أفرادها
على الخبر والمعلومة والفن والثقافة والتسلية بالقول
والصورة معاً .

ولم تعد محطات الارسل الوطنية المحلية هي

المنهل (الإصدار السنوي)



التنوع الكبير للأخبار والمعلومات ولجميع فنون العلم والثقافة. ولكن تأتي سلبياته بتعدد وتنوع واختلاف القيم والتقاليد التي تدخل في نسيج بعض البرامج والأقلام، والتي لا تتناسب ذلك التجمع الأسري أو لا تتناسب مع النسق القيمي للانسان العربي. وقد يكون ذلك التطور الجديد لوسائل الإعلام مؤثراً على قواعد تربوية تحاول بشكل أو بآخر رعاها وترسيخها في أبنائنا، قواعد تربوية ترمي الى دفعهم الى القراءة مثلاً أو الى الانخراط في أعمال عامة أو الى العناية بفنون أخرى. فعلينا ان نهتم بكل ناتج

المصدر الوحيد لكل ما يظهر على الشاشة الصغيرة.

بدأ البيت العربي يتابع ما يدور في العالم كله عندما يبت له من خلال أدوات التقنية الحديثة ما ترسله محطات إرسال قيد تبعد عدة آلاف من الأميال، فلم تعد محطة الإرسال الوطنية المحلية هي المصدر الوحيد للبيت. تعمل بجوارها الآن محطات أخرى اجنبية، لا شك ان هذا التنوع الكبير سيزيد من ارتباط الأسرة والفرد بالتلفزيون ولهذا الارتباط ايجابيات، وكذلك له سلبيات، تعتمد ايجابياته بهذا

للتقدم التقني، وعلينا كذلك ان نوجد التوازن الذي لا يجعلنا فريسة له، بل أسياداً متحكمين فيه.

ان التلفزيون قد أصبح اليوم أداة هامة، ليس فقط في المجال الاعلامي، ولكن أيضاً كعامل من العوامل ذات التأثير البالغ في التنشئة الاجتماعية للطفل. فلم يعد التلفزيون من الكماليات بل أصبح وجوده من الانتشار، بحيث لا يمكن اغفال تأثيره على كل من الصغير والكبير سواء بسواء.

ولكن هذا التطور السريع الذي شهده العصر، وتوفر أجهزة التلفزيون بكافة القنوات العربية والاجنبية الى جانب الفيديو وما يوفره من اشرطة قد لا تتناسب واعمار الأطفال، ومع وجود كتب من مختلف المجالات في متناول ايديهم، هل كل ذلك كان سبباً في فقدان اطفال اليوم براعتهم؟ إن ما يعرض في وسائل الاعلام أثر بشكل كبير على الأطفال بحيث صاروا أكثر تفتحاً ومن ثم استفساراً عما يشاهدونه. ففي حين يقول البعض انه بالرغم من سلبيات ما يعرض التلفزيون على الاطفال وخاصة ما يتوفر في متناول الجميع بواسطة الساتلايت، إلا اننا بذات الوقت لا يمكننا ان نحصر الأطفال في غرف مغلقة وكل ما علينا هو أن نراقب ما يشاهدونه ولا نتركهم كثيراً أمام التلفزيون لئلا يشاهدوا البرامج

**** وسائل الاعلام اصبحت ذات تأثير بالغ في التنشئة الاجتماعية للطفل.**

**** تعدد وتنوع واختلاف القيم والتقاليد المتداخلة في نسيج برامج الأطفال، تجعل من الطفل مسخاً لهوية له.**



المتقدمة من العمر .. أما إذا اردنا أن نضع اللوم على الطفل بسبب تفتح الزائد فهذا أمر غير ممكن لكونه أمراً طبيعياً بحكم مشاهدته المتطورة من خلال توفر التلفزيون والاستلايت الذي يوفر بين يديه قنوات العالم وكذلك بواسطة السفر الى الخارج مع الأهل والمناهج الدراسية المقررة الأكثر تطوراً عنها منذ عقدين من الزمن مثلاً والهادفة الى تنمية مواهبه، أما بالنسبة لحب الاستطلاع لدى الأطفال فهو في

الواقع أمر طبيعي حيث يتسأل عن كيفية مجيئه للحياه وسبب اختلافه عن اخته من الناحية التكوينية وغيرها الى جانب عدد من الاسئلة المحرجة وفي حال اجابة الوالدين عليها بشكل خاطئ تؤدي الى أمراض نفسية مستقبلية.

وهنا يجب التاكيد على ضرورة تفهم الوالدين لطبيعة ابنائهم في الوقت الحالي وعدم مقارنةهم بطبيعتهم وتصرفاتهم أيام كانوا في مثل اعمارهم بحكم اختلاف طبيعة الحياة والحال والزمان والمكان.

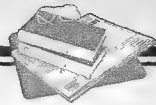
**** عدم الرقابة
الأسرية على ما
يشاهده الاطفال
يجعلهم عرضة
لتقليد ما
يشاهدونه.
** التلفزيون
حول الطفل
المعربي الى
دمية لا حراك
لها.**

التي لا تتناسب واعمارهم.

اما البعض الآخر فيعتبر أن تغير اطفال اليوم هو بسبب تقليد ما يشاهدونه عبر اجهزة التلفزيون والفيديو الى جانب ابتعاد الوالدين طوال النهار عن ابنائهم بسبب انشغالهم، مع قلة العلاقات الاجتماعية السائدة حالياً كلها امور ساعدت على غياب الدور الاسري في التنشئة.

وقسم آخر يرى أن تفتح عقلية الأطفال ذات شقين ايجابي وسلبى. الشق الايجابي يتمثل بتفتحهم تجاه الامور التي قد تنفعهم وتنمي طريقة تفكيرهم وتفيدهم في حياتهم بشكل عام.

ويؤكد البعض انه مهما تطور المجتمع فانه يظل لدى الاطفال جزء من البراءة في ناحية التفكير وحب التملك، والمشاعر، ومن ناحية الحب والابتناسمة، بحيث لا تصل لمصطلح المجاملة والنفاق والدجل الاجتماعي لكونها اشياء يكتسبها الطفل في المراحل



الغزو الاعلامي والتش

ظلت امتداداً للاستعمار الذي رحل اسما وبقي واقعا في كثير من هذه المجتمعات . فلم يكن حصول هذه المجتمعات على استقلالها يعني انتهاء مصالح الاستعمار التي بقيت تلح عليه بضرورة العودة، فراح يمد حبالا سرية بينه وبين تلك المجتمعات، بوسائل أو بأخرى، تضمن في الآخر استمرار تبعية هذه المجتمعات له .

ووجدت الدول الأكثر تقدماً، في الاتصال الاعلامي والغزو الثقافي والفكري أداة لربط الدول الأقل نمواً بمصالحها . فكانت الهجمة الثقافية الشرسة التي أخذت تتعرض لها المجتمعات الأقل نمواً، ومنها بالطبع مجتمعنا العربي بعد أن أصبح التدخل في ثقافات المجتمعات والدول لا يقل خطورة عن التدخل في شئونها السياسية أو الاقتصادية . . . انطلاقاً من أن الثقافة والفكر هما القاعدة في أي مجتمع . . . وأن الذي يستطيع أن يتغلغل اليهما يمكنه أن يحتل الوعي ويستطيع أن ينفذ إلى بقية الأبنية والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية ويتحكم فيها من الداخل .

ومتى فقد المجتمع هويته الثقافية، وتراجعت قيمه الأصلية أمام القيم المستوردة الدخيلة . . فقد هذا المجتمع هويته واحساسه بذاته وتميزه الحضاري بين المجتمعات . . وقيل، في الوقت نفسه، كل ما يفرض عليه من أبنية وأنظمة خارجية . ولم يعد خافياً على أحد أن الهوية الحضارية والخصوصية الثقافية لمجتمعنا قد تعرضت، ولا تزال، للعديد من الضغوط الاستعمارية التي لم تكف باستنزاف موارد تلك المجتمعات، المادية والبشرية على السواء، بل عملت أيضاً على فصل انسان هذه

تمثل وسائل الاعلام أحد الصور البارزة للتغيرات التكنولوجية . . التي دخلت إلى حياتنا . . وأصبحت المؤثرات الاعلامية قادرة على تشكيل الحياة الاجتماعية والثقافية داخل المجتمعات، وفي ظل التطور الاعلامي لم يعد تأثير الاعلام قاصراً على مجرد المستوى المحلي بل تخطاه إلى المستوى الدولي والعالمي .

وقد شهد العالم في السنوات الأخيرة، في اطار ظاهرة السيطرة والاحتكارات، ظهور تكتلات عديدة . . ولم يستثن من ذلك ظهور التكتلات الاعلامية، التي باتت تشكل مسألة خطيرة من جانب الوحدات الأكثر تقدماً وبصورة أصبحت معها منافسة هذه الاحتكارات الاعلامية أمراً صعباً ان لم يكن مستحيلاً . وكان نتيجة للتدفق الاعلامي من جانب الدول الأكثر تقدماً وعدم التوازن الاعلامي بينها وبين الدول الأقل تقدماً عدم قدرة الأخيرة على التأثير في الدول المتقدمة مثل التأثير الواقع عليها من محاولات لتشويه الخصوصية الثقافية والتميز الحضاري لهذه المجتمعات .

ورغم أن معظم المجتمعات النامية، ومنها مجتمعنا العربي، قد ظهرت كدول مستقلة على المسرح السياسي، لكن التبعية Dependency

ب. د. خلاف خلف الشاذلي

مدرس اجتماع التنمية بكلية الآداب - جامعة المنيا - مصر

ويه الحضاري

.. حيث يصور الاعلامي الغربي الاستثناء في حياة الانسان العربي على أنه القاعدة .. فإذا سافرت الى الولايات المتحدة الامريكية مثلاً، فمجرد أن تعلن عن هويتك العربية .. الا، ويسألك المواطن الامريكي البسيط .. غربي ولا تركب الجمال؟ .. وإذا جاءت إجابتك بلا فإنه يستطرد مبتسماً بين الشك والتصديق، قائلاً .. لقد تعلمنا ذلك في المدرسة أليس صحيحاً؟ .. وتكتشف أن محاولات التشويه لا تقتصر على أجهزة الاعلام .. بل هي تبدأ في سن الدراسة الاولى .. وتُحفر في ذهن المواطن الغربي .. وبالتالي يكون على استعداد أن يصدق كل ما يقال عن الانسان العربي وفق الثقافة التي كونت عقله ومشاعره في السنوات الاولى.

لقد عرف العرب المستشفيات في القرن العاشر، وقدموا مساهمة ايجابية في الرياضيات وعلم الفلك والطب والفيزياء والادب والاجتماع .. ومع هذا فشل الاعلام الغربي أو قصد عدم اعطاء صورة ايجابية عنهم.

ولعلنا نتساءل هنا، لماذا كل هذه البرامج الأجنبية المستوردة على شاشة التلفزيون العربي في الوقت الذي لا يوجد هناك مكان على خريطة التلفزيون الغربي للبرامج العربية أو حتى تلك التي تُصور بشكل موضوعي وواقعي المجتمع والانسان العربي؟

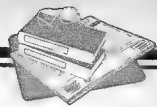
المجتمعات عن مجتمعه وثقافته الأصلية وحياته المميزة .. بل وصلت الى حد محاولة طمس الهوية الحضارية ومحاربة الشخصية الوطنية بكل مقوماتها الروحية واللغوية والثقافية.

ولا شك أن ظهور ما يعرف بالثب الاعلامي المباشر الذي غطي بالفعل بعض البلدان العربية، ويزحف لا محالة على البقية منها .. سوف يكون له انعكاساته الخطيرة من الناحية الاجتماعية والثقافية .. حيث يهدف الغزو الاعلامي الى ايجاد الشخصية اللامتنية للمجتمع والعمل على تقويض الاجيال وتحولها الى مسخ يقلد الثقافات المصدرة .. في محاولة للقضاء على تنوع الثقافات وفرض الثقافة الواحدة التي تضيق معها الخصوصيات الثقافية ويتعرض الكيان الخاص والتراث المميز لكل مجتمع، ومنه مجتمعنا العربي، إلى خطر الضياع على مر الزمن.

والأكثر من ذلك أن هناك بعض البرامج الاجتبية التي يعرضها التلفزيون العربي والتي تحوى في مضمونها صورة مشوهة عن العرب وتُصورهم بأنهم مقاتلون متعطشون للدماء والجنس والبرأة، وطاعنون في الظاهر، محتكرو نفط، وليسوا دعاة سلام ولا غرابة في أن هذه البرامج تعرض في بعض البلدان الغربية، وأمريكا، الا أن المؤسف أنها تعرض أيضاً في بعض المجتمعات العربية!

**** الاعلام الغربي تحول من الاستثناء الى القاعدة في الوجدان العربي.**

**** التكتلات الاعلامية باتت تشكل حاجساً لقضية التوازن الاعلامي.**



الآثار السلبية والإيجابية للتليفزيون

على الأطفال

دراسة في تأثير التليفزيون
وإمكانية الاستفادة منه

بقلم : د. محمد محمود المراسي

أستاذ الاعلام المشارك - جامعة الملك عبدالعزيز - جدة

تأتي هذه الدراسة في إطار النظرة المستقبلية والتخطيط المستقبلي في الوطن العربي، من أجل تجاوز الواقع الراهن الى مستقبل أفضل . . . وحين نعد للمستقبل ونخطط له على أسس علمية سليمة فإننا لا شك نستفيد من تجارب الماضي، ومن تجارب الآخرين، ونحلل الواقع بجوانبه المختلفة للاستفادة منه ومحاولة تجاوز سلبياته . . . ومن هنا يبرز جانب مهم - إذا أردنا تخطيطاً متكاملًا - يتمثل في الاستثمار البشري الذي يجب الإعداد له لتحمل المسؤولية في المستقبل، وأكبر وأفضل استثمار يمكن أن



الكاتب في مطور

د. محمد محمود المرسي :

-دكتوراه في الاعلام.

-استاذ مشارك بكلية الآداب
والعلوم الانسانية قسم
الاعلام - جامعة الملك عبد
العزیز - جدة.

- له مجموعة من البحوث
والدراسات منها :

- النشرات الاخبارية في
القنوات الفضائية العربية
- القائم بالاتصال في مجال
التدريب الاذاعي
والتلفزيوني في مصر.

- القضايا العربية المطروحة
في القسم العربي بهيئة
الاذاعة البريطانية بعد انتهاء
حرب تحرير الكويت.



يوجه من أجل مستقبل أفضل، هو الاستثمار
في مجال إعداد جيل جديد قادر على تحمل
المسؤولية، متكامل نفسياً وعقلياً الى حد
كبير. • اي أنه استثمار في مجال إعداد
الطفل العربي لتحمل مسؤوليته لهذا القرن
وما بعده. • فالطفل العربي اليوم هو رجل
المستقبل الذي - إذا أحسن إعداده وتربيته
وتعليمه وثقافته - يستطيع أن يحقق الكثير مما
لم يستطعه أبناء هذا الجيل، وأن يحول الكثير
من الآمال والطموحات العربية إلى واقع حي

لمدرس •

**** العلاقة**

بين الانسان العربي والتلفزيون أصبحت تأخذ شكل الادمان.

العربي والتلفزيون أصبحت تأخذ شكل المرض النفسي، كالإدمان، تحكمها القواعد نفسها، وتطبق عليها القوانين نفسها [٥].. وتزداد أهمية التلفزيون ويزداد تأثيره في المراحل الأقل عمراً، أي أنه يكون أكثر أهمية وأكثر تأثيراً في مرحلة الطفولة.

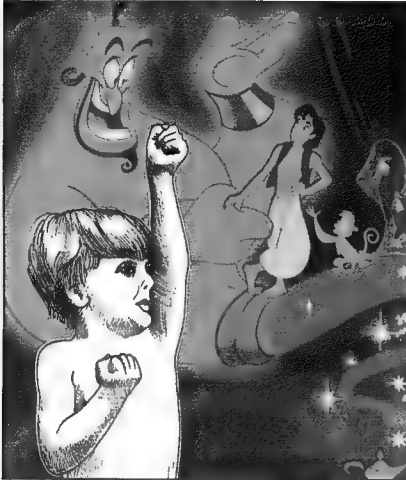
ومرحلة الطفولة كما وردت في تعريفات عدد كبير من الباحثين والمتخصصين في هذا المجال، هي المرحلة التي تقع ما بين الثالثة والخامسة عشرة من العمر [٦].. وتشير الدراسات الى أن نسبة الأطفال في دول الوطن العربي من دون الخامسة عشرة من العمر تزيد على ٤٠٪ عند معظم الأمة العربية، وتصل النسبة في بعض الدول العربية الى ٥٠٪ فتكثر [٧].

فإذا كان الأطفال في الوطن العربي يشكلون تقريباً نصف عدد سكانه، وإذا كان التلفزيون كما تشير العديد من الدراسات يمثل أهمية خاصة في حياة الطفل الى درجة دفعت الكثيرين الى اعتباره بمثابة الأب الثاني والأم الثانية للطفل، بل إن أحد أساتذة الطب النفسي يؤكد على تراجع دور الأسرة في مقابل تقدم التلفزيون، واحتلاله المكانة الأولى في التأثير على سلوك الطفل [٨].. فإن كل ذلك يدعو الى أهمية دراسة تأثير التلفزيون على الطفل العربي، إمكانية الاستفادة من هذا الجهاز في إعداد جيل عربي قادر على تحمل المسؤولية في المستقبل القريب.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تتناول هذا الموضوع الحيوي المهم من جانبيين أساسيين هما:

لذلك فإنه من المقاييس المهمة لدى تقدم الدول، هو مدى عناية الدولة بأطفالها، حيث إن مرحلة الطفولة يتم فيها إرساء البذور الأولى للشخصية، ويتكون فيها الإطار العام لهذه الشخصية، ويكون لها أكبر الأثر في تشكيل شخصية الفرد في المراحل اللاحقة [١].

وهناك العديد من العوامل التي تؤثر في تكوين شخصية الطفل، حيث تعد المؤسسات الاجتماعية مثل الأسرة والمدرسة وجماعة الرفاق، ووسائل الإعلام من أهم عناصر التنشئة الاجتماعية [٢].. وحين نذكر وسائل الإعلام، فلا بد أن نذكر بصفة أساسية التلفزيون، هذا الجهاز الإعلامي الخطير الذي يدخل كل بيت.. ورغم أنه ذو شاشة صغيرة، إلا أن أثرها جوهري وضخم [٣].. فقد ذكرت بعض الدراسات الأجنبية أن التلفزيون له تأثير كبير على الأمريكيين يفوق تأثير المؤسسات التعليمية والدينية، وأنه أكثر أهمية وسيطرة في حياة الأمريكيين من الصحف والراديو والكنيسة [٤].. كما أشارت بعض الدراسات العربية الى أن العلاقة بين الإنسان



أولا : تأثير التلفزيون السلبي والإيجابي على الطفل العربي.
ثانياً: استراتيجية عربية مستقبلية للاستفادة من التلفزيون في مجال الطفولة.

أولاً : تأثير التلفزيون السلبي والإيجابي على الطفل العربي:

أجريت دراسة عربية عن الساعات التي يقضيها الطفل العربي في حجرة الدراسة، وأمام شاشة التلفزيون، حيث أشارت النتائج الى أن الطفل العربي في المرحلة الابتدائية يقضي في المدرسة ما بين ٦٠٠ - ٧٠٠ ساعة سنوياً، بينما يقضي أمام التلفزيون أكثر من ألف ساعة، وتصل أحياناً الى ضعف ما

يجلسه في حجرة الدراسة[٩]٠٠ بالإضافة لذلك نجد أن غالبية الدراسات تشير الى أن نسبة تتراوح بين ٧٥% وبين ١٠٠% من الأطفال في دول الوطن العربي يشاهدون التلفزيون، ويقضون أوقاتهم في متابعته[١٠].

وهكذا نجد أن النسبة الغالبة من الأطفال في الوطن العربي يمضون أوقات طويلة في مشاهدة التلفزيون وبشكل يومي، مما يضاعف من أهمية وتأثير هذه الوسيلة عليهم، خاصة وأن التلفزيون يخاطب حاستين من الحواس، هما البصر والسمع، والمعروف أن الوسيلة الإيضاحية التي تعتمد على أكثر من حاسة من حواس الطفل يكون أثرها أكثر جدوى وأكثر عمقاً من الوسيلة التي تعتمد على حاسة واحدة٠٠ وقد ذكر بعض الخبراء أن الإنسان

يحصل على المعلومات أو المعرفة الإنسانية بشكل عام عن طريق الحواس الخمس، وبعد عدة تجارب وجدوا أن الإنسان يحصل على معلوماته بالنسب المثوية التالية: عن طريق البصر ٧٥%، عن طريق السمع ١٣%، عن طريق اللمس ٦%، عن طريق الشم ٣%، عن طريق التذوق ٣% ٠٠ وقد أجريت بعض التجارب للتأكد من دور الصور في تذكر المعلومات، حيث أقيمت بعض المحاضرات على عدد من المستمعين من أعمار وتخصصات ومستويات تعليمية مختلفة لمدة ساعة، وكان قوام المحاضرة الواحدة ست صفحات فولسكاب، وفي اليوم التالي طلب من المستمعين تسجيل ما يتذكرونه من المحاضرة، فكانت النتيجة في كل الأحوال لا تزيد عن نصف صفحة

فقط مما ألقى عليهم... ثم أجريت تجارب أخرى وعرضت على الباحثين أفلام تحمل مضمون المجازرات نفسها وطلب إليهم أيضاً في اليوم التالي تسجيل ما يتذكرونه، فكانت النتيجة أن متوسط ما يتذكره الواحد منهم ٧٥٪ من المعلومات التي عرضت عليهم حتى في أدق التفاصيل [١١]. يتضح من ذلك أن التلفزيون يكتسب أهمية خاصة بين وسائل الإعلام المختلفة، حيث يتميز بأهمية خاصة في حياة الأطفال،

حيث يحذر الكثيرون من التأثير السلبي لهذا الجهاز على عقلية ووجدان الطفل... بينما يرى الآخرون أن إيجابيات التلفزيون تفوق سلبياته... وينبغي أن نشير في هذا الصدد إلى نموذج تشارلز وايت Charles Wright والخاص بالتحليل الوظيفي، وهو نموذج يقضي بأن أي اتصال له فوائد إيجابية ونتائج سلبية على النظام الاجتماعي الذي يحدث في إطاره، وعلى الجماعات والأفراد والنظم الثقافية [١٢].

*** المعلومات
المروضة على شاشة
التلفزيون تفتزن الذاكرة
منها أكثر من ٧٥٪ ***

*** التلفزيون يؤثر في اتجاهات
الأطفال وسلوكياتهم سلباً وإيجاباً ***

*** كثرة مشاهدة افلام العنف
والجريمة تؤثر على
المشاهد ***

ونعرض هنا بشيء من التفصيل للتأثير السلبي والإيجابي للتلفزيون على الطفل بشكل عام والطفل العربي بشكل خاص.

**١- التأثير
السلبي
للتلفزيون على
الطفل العربي:**

تكاد تجمع آراء العلماء والمتخصصين على أن أكثر الجوانب السلبية للتلفزيون تأثيراً على الطفل العربي، تنحصر في الجوانب التالية:

- التأثير السلبي لبرامج ومشاهد العنف والجريمة والجنس.
- التأثير السلبي لبرامج والأفلام الخيالية، وإعلانات التلفزيون.

انطلاقاً من أنه جهاز قادر على الترفيه والتثقيف في آن واحد، ومن ثم يؤثر في عقلية الطفل ووجدانه... ويعتبر أداة مهمة للتعليم المباشر، إذ ينقل إلى الطفل المعلومات والمعارف والأخبار، ويقدم له الكثير من عادات وتقاليد الجماعات المختلفة، وتزداد أهمية التلفزيون في مجال تثقيف الأطفال، لأنه يجذب انتباههم من سن سنتين وثلاث سنوات تقريباً، ودور التلفزيون في مجال ثقافة الطفل لا يقتصر فقط على تزويده بالمعلومات المختلفة، ولكن أيضاً يؤثر في اتجاهاته ومواقفه وتفكيره وسلوكياته في التعامل مع العالم المحيط به.

ولقد اختلفت وتباينت آراء العلماء والمتخصصين حول تأثير التلفزيون على الطفل،



ويقدم العلماء والمتخصصون العديد من الأمثلة والنماذج التي تؤيد آراهم بأن مشاهد العنف والجريمة والجنس تؤدي من خلال تكرار عرضها في التلفزيون الى انحراف الأطفال... ومن هذه الأمثلة والنماذج نختار الآتي [١٦]:

- عرضت إحدى شبكات التلفزيون الأميركي NBC تمثيلية يداهم فيها الإرهابيون أحد قطارات الأنفاق ويقتلون أحد الركاب، وهي جريمة لم يكن قد سبق ارتكابها في الواقع، فإذا بأحد الصبية يقتل مخبر شرطة في أحد قطارات الأنفاق بالطريقة نفسها التي شاهدها على شاشة التلفزيون.

- عرضت الشبكة الأميركية NBC أيضاً فيلماً عنوانه «ولدت بريئة» وهو يدور حول قصة فتاة من فتيات المدارس الصغيرات عمرها عشر سنوات، تتعرض لاعتداء عنيف عليها، ويعد عرض الفيلم بأربعة أيام، قام أربعة من الصبية بتقليد أحداث الفيلم، وكانت الضحية فتاة تماثل بطة الفيلم في السن.

- نشرت إحدى الصحف الألمانية مقالا جاء فيه أن فتاتين لا يتجاوز عمرهما ١٢ عاماً ألقتا بصبي غريب عنهما فقتلته، وعندما سئلتا عن السبب الذي دفعهما الى ذلك أجابتا بأنهما قرعان في معرفة ما هو القتل وتبين للمحقق أنه في الليلة السابقة لارتكاب الجريمة شاهدت الفتاتان على شاشة التلفزيون فيلماً فرنسياً بعنوان «فريق اللذة» كان البطل يركل زوجته بقدميه حتى ماتت في المشهد النهائي... وبعد ذلك اتفقت الفتاتان على ممارسة عملية القتل بنفسيهما

- التأثير السلبي للمضمون الاجنبي، واختلال نسق القيم في عقول الأطفال.

ونتناول هذه الجوانب بشيء من التفصيل:
التأثير السلبي لبرامج ومشاهد العنف والجريمة والجنس:

يذهب العلماء والخبراء والمتخصصون الى أن مشاهد العنف والجريمة والجنس التي تعرض على شاشة التلفزيون لها تأثير كبير على الأطفال، ويؤدي تكرار عرض هذه المشاهد الى انحرافهم... ويستند الكثيرون منهم في هذا الرأي الى نظرية «التعلم بالملاحظة» والتي تقوم على افتراض أن الأفراد يمكن أن يتعلموا السلوك العدواني عن طريق ملاحظة العدوان في وسائل الاتصال، فهناك قدر كبير من سلوك الأطفال يكتسب عن طريق ملاحظة سلوك الآخرين، والطفل الذي يشاهد نمونجاً عدوانياً في التلفزيون قد يقوم بتقليد ذلك النموذج [١٣]... لذلك فقد بلغ الهجوم على التلفزيون حداً جعل أحد الأطباء النفسيين يقول «إذا كان السجن بالنسبة للمراقبين هو كلية يتعلمون فيها الجريمة، فإن التلفزيون هو المدرسة الإعدائية للانحراف»، كما أنه قد ثبت على سبيل المثال أن ٣٩٪ من الأحداث المنحرفين في إسبانيا قد تلقوا معلوماتهم من الأفلام السينمائية والتلفزيونية [١٤]، وفي الولايات المتحدة الأمريكية صرّح الرئيس الراحل جون كينيدي أن الجريمة قد زادت بسبب التلفزيون، وأن مكافحة انحراف الأحداث تكلف بلاده ما لا يقل عن ٥ بلايين دولار سنوياً [١٥]

الدراسة أن الصغار الذين يشاهدون الكثير من برامج العنف في التلفزيون يتسم سلوكهم بالعنف بدرجة تزيد مرتين على أولئك الذين لا يشاهدون إلا القليل من هذه البرامج، ومن نتائج الدراسة أيضاً أن هناك خمسة برامج تلفزيونية تتسبب في انتشار العنف وهي:

«أفلام رعاة البقر، ومباريات الملاكمة والمصارعة، الأفلام والتمثيلات التي تظهر على الشاشة، ممارسة الأشخاص للعنف بعضهم ضد بعض، البرامج التي يظهر فيها الصغار وهم يزاولون العنف، وأخيراً التي تظهر العنف وكأنه سلوك طبيعي» [١٩].

- وعلى الرغم من كل ما سبق، وبالرغم من وجود عدد كبير من العلماء والمتخصصين يتفقون على التأثير الضار الذي تتركه برامج العنف على الأطفال، إلا أننا نجد بعض العلماء يهونون من هذا التأثير، على أساس أن الطفل السوي لا يصيبه هذا التأثير، كما أنه لا يمكن التنبؤ بالآثار السيئة لمضمون برامج العنف وحدها بدون التعرف على طبيعة الأطفال أنفسهم والبيئة المحيطة بهم، حيث يرى بعض علماء النفس أن التلفزيون نفسه لا يخلق مشكلات العدوان والانحراف فقد ثبت لبعض علماء الاتصال أن الأطفال العدوانيين يختارون مشاهدة برامج عدوانية، وهذا يعني أن الطفل يختار ما يدعم اتجاهاته السابقة، أي تأثيرات البيئة والجو المحيط. . . أيضاً فقد ذكر بعض الخبراء أن العناصر التلفزيونية المثقلة بالعنف والجريمة، يمكن أن تخدم حاجات الطفل الانفعالية، وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام تمكن الناس من استنفاد دوافعهم وميولهم

- في بعض البلاد العربية أوقفت النيابة العامة أجد المسلسلات الإذاعية عنهما ارتكب أحد الأشخاص جريمة مطابقة للجريمة الإذاعية تماماً. . . كما قام بعض الشباب بعداهمة أحد المقاهي بالقاهرة بالمداغع الرشاشة على غرار ما شاهدوه في فيلم سينمائي. . . أيضاً قام بعض الصبية بتقليد أحداث الفيلم العربي «لصوص ولكن ظرفاء» في سرقة بعض المنازل في بعض الدول العربية.

ولا شك أن هذا يعد نتيجة طبيعية للتقليد والمحاكاة. . . فعندما يصور التلفزيون شخصيات معينة ويبين مشاعرهم، ويقدم قيمهم بأسلوب درامي، فإن الأطفال يكونون على استعداد لاستيعاب الأفكار والقيم، ففي المسلسلات والأفلام التلفزيونية نلاحظ أن الشرير يحصل على كافة المزايا: الأرض والمنازل والصدائق والأموال والنساء، وكل ذلك نتيجة لاعتدائه وغلظته [١٧].

هذه بعض النتائج التي تترتب على عرض وتكرار مشاهد العنف والجريمة، وهذا ما دعا الدكتورة عائشة راتب - وزيرة الشؤون الاجتماعية المصرية السابقة - إلى مناشدة ربات البيوت لمقاطعة برامج التلفزيون، حيث قالت في احتفال لنادي أعضاء هيئة التدريس بجامعة القاهرة إن هذه البرامج تدعو إلى السلوك المنحرف [١٨].

- وإذا ما استعرضنا بعض الدراسات التي قام بها العلماء حول هذا الموضوع، نجد الدراسة التي قام بها دكتور وليام بيلسون أستاذ العلوم الاجتماعية البريطاني لمعرفة العلاقة بين مشاهدة الأطفال للعنف في التلفزيون وبين اكتساب سلوكهم صبغة العنف في حياتهم العملية، ومن نتائج هذه



وقد أخصى شارترز
W. Charters

مجموعة الأفلام

التي تعرض على

الأطفال عالمياً،

فوجد أن ٢٩,٦٪

منها تتناول موضوعات

جنسية، وأن ٢٧,٤٪ منها تعالج

الجريمة، كما تدور ١٥٪ منها حول الحب بمعناه

الشهواني المكشوف [٢٣].

وفي هذا الجانب ينبغي أن نذكر أنه عند

دراسة أثر التلفزيون على انحراف الأطفال من

خلال عرض برامج ومشاهد العنف والجريمة

والجنس، يجب علينا أن نقوم بتحليل المضمون

الإعلامي وأثره على الميول والاتجاهات النفسية، ذلك

لأن أية صلة بين وسائل الإعلام والسلوك العلني هي

في الواقع محصلة لما يجري بطريقة غير مباشرة في

الجالين النفسي والاجتماعي. ومن هنا نتضح لنا

صعوبة أبحاث تأثير الاتصال، لأن العوامل

والتغيرات الكثيرة والمتنوعة لا يمكن التحكم فيها

جميعاً، لأنها تتصل بشخصية الفرد الذي يستقبل

الرسالة الإعلامية، وبالجماعات التي ينتمي إليها

الأفراد، ويظروف أخرى كثيرة يصعب حصرها. .

فتأثير التلفزيون هو ثمرة التفاعل الواقعي بين

خصائص التلفزيون وخصائص مشاهديه. . فليس

من الإنصاف أن ننظر إلى التلفزيون على أنه

السبب الوحيد للانحراف لأن الانحراف سلوك معقد

للعاية وينجم من مؤثرات متشابكة لها جذورها في

البيت والأقران والمدرسة والمجتمع والشخصية

العنوانية خيالياً، وبذلك

تهبط القوى التي

تمسك

المجتمع [٢٠].

ولا شك أن

التركيز على برامج

العنف والجريمة يتنافى مع

القيم الأخلاقية والفنية والأدبية، ومن

واجبنا أن نحمي الطفل العربي من آثارها

وأضرارها.

أما فيما يتعلق بتأثير مشاهد الجنس على

انحراف الأطفال، فقد ثبت للعلماء أن فنون التقبيل

والحب والمغازلة والإثارة الجنسية والتدخين واحتساء

الخمر يتعلمها الشباب والأطفال من خلال السينما

والتلفزيون. . ومن أخطر ما اكتشفه د. فريدريك

ورثام Fredric Wertham أن الأطفال يتأثرون

بمشاهدة الجنس ويحيون حياة أشبه بأحلام اليقظة

ويمارسون العادة السرية ويربطون بين القسوة

والعنف والجنس [٢١]. . أيضاً فإن البطل في ذهن

طفل التلفزيون هو ذلك الذي يمتاز بالفحولة

الجنسية، فالمرأة الفاضلة الطاهرة، تدعو إلى الملل

والرتابة ويضيق بها البطل، أما المرأة للعب ذات

الماضي فهي جذابة ساحرة، فلا بد للمرأة الناجحة أن

تتخذ من امزاة التلفزيون أسوة لها، فالبطل

التلفزيونية قد تسكر وتجريد وتدخن، وتتجمل

وتتبهرج وتمسك شعورها (على طريقة الكلاب

الكاثيش!!) وتقلد الفجر والسوقة في مشيتها، ولا

تلبث هذه الصفات أن تصبح فضائل اجتماعية

وأخلاقية [٢٢].

الإنسانية، وغيرها من العوامل التي تتشابه لكي تحدث الانحراف [٢٤].

• وهذا يعني أن التلفزيون أحد العوامل المؤثرة وليس العامل الوحيد، ولكن هذا لا يعني التقليل من خطره أو من تأثيره • • فعندما يتعرض الطفل العربي للتأثير الضار باستمرار ويرى المجرم بطلا خفيف الظل - والقانون لا ينتصر إلا في النهاية، ورجل الشرطة موضع تهكم وسخرية، ويرى القاضي إنساناً متردداً ومضحكاً، فإن احتمال عدم التأثير بذلك كله أمر عسير وصعب للغاية.

التأثير السلبي للبرامج والأفلام الخيالية، وإعلانات التلفزيون:

فيما يتعلق بتأثير البرامج والأفلام الخيالية على الأطفال، يتفق باركر ، ولاير ، وشرام على أن التلفزيون يؤدي إلى الانسحاب من الحياة الواقعية إلى العزلة والتفاعل مع شاشة العرض التي يستسلم لها الطفل ويمتص ما تقدمه له، ويتشرب ما تتضمنه من قيم [٢٥].

** تأثير التلفزيون ناتج عن التفاعل الواقعي

المنهل (الإصدار السنوي)

وتشير بعض الدراسات إلى أن التلفزيون لا يشجع على إقامة علاقات اجتماعية بين الناس، وإنما على العكس يدعو الطفل إلى الانطوائية بعيداً عن الحياة والاستغراق مع الصور التي تعرضها الشاشة في عالم الخيال [٢٦] • • ويؤكد علماء النفس وعلماء الإعلام على أن التلفزيون يقوم بمهمة تربوية سلبية جوهرها التخدير، وصرف انتباه الأطفال عن الحقائق الواقعية وبفعهم إلى عالم خيالي مريض، ولعله ليس ببعيد أن نذكر شخصية «فرايفرو» الخرافية العجيبة التي كان يقدمها التلفزيون المصري والتي أودت بحياة أحد الأطفال عندما طار من شرفة منزله محاولاً تقليد هذا البطل العجيب [٢٧] • • ورغم ذلك يرى بعض العلماء أن البرامج الخيالية قد تساعد على امتصاص وتفريغ الميل للاعتداء عند بعض الأطفال، كما قد تؤدي إلى تخفيف القلق وتهديته، فمثلاً أثناء الحرب العالمية الثانية كانت أفلام الرجل المتفوق Superman، والمرأة العجيبة Bionic Woman مثالا لذلك [٢٨].

أما في مجال الإعلان التلفزيوني وتأثيره على الأطفال، فإننا نجد التلفزيون في غالبية الدول العربية يعرض سلعاً جذابة وأدوات ساحرة، يتعذر على الطفل أن يشتريها، فيشعر بعدم الرضا، ويحس بالإحباط، ويعاني من العقد النفسية، وقد ينتهي به الأمر إلى أن يصاب بمرض السرقة النفسي (كلبتومانيا)؛ أو أنه قد يمسك سلوكاً غير سوي للحصول على ما يشتهيه من أشياء جذابة • • وعندما يصاب الطفل العربي بالإحباط يشعر بخيبة الأمل لعجزه عن الحصول على ما يعرضه التلفزيون عليه،



وهي أمور تنتقل الى الطفل عن طريق نظم وأوضاع وعلاقات ومؤثرات كثيرة ومتنوعة مثل الأسرة وزملاء اللعب ورفاق المدرسة ووسائل الإعلام [٣٤]. وتجد هنا أن دراسة (اسلر) تغيد بأن التلفزيون يعد من المصادر الرئيسية لتنشئة أطفال اليوم الذين هم آباء القرن الحادي والعشرين [٣٥]. كما يشير (البرت باندورا) الى أنه في ظل ظروف التغير الاجتماعي والتكنولوجي السريع، لا يصبح للكثير من اهتمامات الآباء والأدوار التي كانوا يقومون بها في فترة سابقة، قيمة وظيفية عند الاعضاء الذين ينتمون الى الجيل الأصغر سناً [٣٦]. وإذا كان البعض من العلماء يميلون الى الاعتقاد بأن الجماعة الأولية ممثلة في الأسرة تستطيع موازنة التأثير السلبى للتلفزيون، بحيث يصبح تأثيره هامشياً، فمن الثابت أن التلفزيون يؤثر على الأسرة نفسها، بل إن دور الأسرة أخذ في الانحسار في ظروف العمل العصرية، حيث خرجت الأمهات أيضاً الى ساحة العمل، وأصبح الأطفال يستوعبون القيم من خلال وسائل الإعلام وفي مقدمتها التلفزيون [٣٧].

أيضاً فإننا نجد أنه من آثار التلفزيون المهمة في هذا المجال، تأثيره السلبى على الجو العائلى الأسرى في المنزل، هذا على الرغم من وجود التلفزيون وسط الأسرة، وبالرغم من دوره في جمع شمل الأسرة حوله، إلا أنه قد أسهم في المقابل في تقليص حجم الأحاديث التي يتبادلونها حول أمورهم الحياتية المختلفة [٣٨]. والتقليل من مناقشاتهم وتبادلهم وجهات النظر في الأمور التي تتعلق بمشاكل الأسرة ومستقبل أبنائها.

فإنه يصاب بالتوتر والقلق، ويؤدي الى الانحراف والسلوك غير الاجتماعي، والأمر الملفت للنظر أن معظم السلع التي يعلن عنها التلفزيون هي سلع مستوردة لا تتفق مع ثقافتنا وظروف البيئة العربية [٣٩]. أيضاً فإنه عندما يعرض التلفزيون إعلاناته المتلاحقة عن السلع المختلفة الأنواع والأصناف، وكل إعلان يؤكد أنه الأفضل، فإن الطفل يتكون لديه مع تكرار هذه النوعية من الإعلانات المتضاربة نوع من عدم التصديق لكل ما يقال أمامه، ويرتبط ذلك أيضاً بإمكانية الكذب في القول [٤٠].

التأثير السلبى للتلفزيون على دور وعلاقة الأسرة بالطفل:

الأسرة هي المجتمع الإنساني الأول الذي يمارس فيه الطفل أولى علاقاته الإنسانية، ولذلك فهي المسؤولة عن اكساب الطفل أنماط السلوك الاجتماعي، وكثير من مظاهر التوافق أو سوء التوافق يرجع الى نوع العلاقات الإنسانية في الأسرة، حيث تتوافر الخبرات الأولى في حياة الطفل [٤١]. وتؤدي البيئة العائلية دوراً مهماً في توجيه سلوك الطفل ومساعدته على أن ينظم دوافعه الوجدانية، وعلى أن يكتسب العادات الحميدة التي تقوى الخلق [٤٢]. ثم تأتي بصورة أكبر عملية التنشئة الاجتماعية وهي العملية التي عن طريقها يسعى الآباء الى احلال عادات ودوافع جديدة محل عادات ودوافع كان الطفل قد كونها بطريقة أولية في المراحل السابقة [٤٣]. وعملية التنشئة الاجتماعية يدخل فيها اكتساب الفرد المواقف والاتجاهات والقيم وأساليب السلوك والعادات الفردية والمهارات.

التأثير السلبي للمضمون الأجنبي، واختلال نسق القيم في عقول الأطفال:

يهدد المضمون الأجنبي الذاتية الثقافية للمجتمعات التي يعرض فيها، وقد يكون من العوامل التي تساعد على اهتزاز أنماط القيم السائدة في المجتمع، وتزداد الخطورة حينما يشاهده الأطفال والشباب، حيث ينظرون إلى ما يشاهدونه على الشاشة كواقع. والكثير من وسائل الاتصال في الدول المتقدمة تستغل خصوبة عالم الطفولة واستعداد الأطفال لتقبل الكثير مما يتميز بالإثارة والجاذبية، لذا فهي تمد الأطفال في البلدان النامية بفيض من العناصر الثقافية التي لا يتوافق الكثير منها مع سياق الأطفال، ويراد ببعض هذا الفيض زعزعة ثقة الأطفال في بعض البلدان النامية [٣٩] ٠٠ وقد تبين من دراسة تحليلية لعينة من المضمون الأجنبي المعروض في التلفزيون المصري أن القيم السلبية تشكل ٤٦,١٧٪ من مجموع القيم التي عكسها هذا المضمون، حيث يركز على دور الفرد بصفة أساسية دون النظر إلى المجموع، ويتعصب بشدة للمجتمع الأمريكي، حيث تعكس المسلسلات الأمريكية عظمة الشعب الأمريكي والمزايا التي يتمتع بها، كما تظهر الدول الأخرى في صورة سيئة وتصفهم بالجهل والتأخر [٤٠] ٠٠ أيضا يبرز التلفزيون حياة نجوم السينما والرقص في صورة مبهرمة، وهكذا يرسخ في ذهن الطفل أن الرافعات والمثلات أهم بكثير من العلماء والمعلمين [٤١] ٠٠ ولا شك أن البرامج التي يشاهدها الأطفال في التلفزيونات العربية وتحمل مضموناً أجنبياً، قد يكون لها تأثير سلبي على الأطفال - إذا لم يتم

**** التلفزيون يؤدي**

**إلى الانسحاب من الحياة
الواقعية إلى العزلة.**

**** البرامج الخيالية**

**تساعد على توسيع
مقدارك الطفل.**

**** الإعلانات التجارية**

**لها آثارها السالبة
على الأطفال.**

**** التلفزيون اسهم**

**كثيراً في تقليص
الدور الاجتماعي
والتربوي للأسرة.**

**** المضامين الوافدة**

**تهدد الذاتية
الثقافية للمجتمعات.**



تفسيرها - خاصة أن المضمون الأجنبي عادة يحمل قيماً تختلف عن قيمنا، وبيئة غير البيئة العربية التي يعيش فيها الطفل العربي[٤٢].

بالإضافة الى ذلك نجد أن هذا المضمون الأجنبي لا يحمل معه ما ينبغي أن ننميه في الطفل العربي، بل يؤدي الى تثبيت قيم ومفاهيم خاطئة، ولا يؤكد على المعلومات والقيم التي لابد من التأكيد عليها للطفل. . أيضاً فإن المضمون الأجنبي يؤثر بشكل غير مباشر على القائم بالاتصال في مجال الأطفال

في الدول العربية، وقد يتصور أن هذا المضمون هو **المضمون النموجي**، خاصة أن الشكل أو الإطار الذي يوضع فيه مثل هذا المضمون إطار مبهمل يعتمد بشكل كبير على تقنيات متقدمة تتيج له أن يظهر بهذه الصورة أو هذا الشكل.

رغم كل ما سبق ذكره من تأثير التليفزيون السلبي على الأطفال، إلا أن ذلك لا يحمل في طياته الدعوة لقاطعة مشاهدة هذا الجهاز، فهذا فضلاً عن عدم إمكانية تحقيقه، فإنه يتغاضى عن التأثير الإيجابي الفعال لهذا الجهاز على الأطفال في الدول العربية وذلك إذا أحسن استخدامه، ولكننا قصدينا أن يكون هناك مزيد من الوعي حتى يكون هناك مزيد من العناية بالأطفال في الوطن العربي، يمكن من خلالها تجاوز هذا التأثير السلبي . ويرى (شرام) عالم الاتصال المعروف أنه كلما كان عند الطفل حصيلة ثابتة من الخبرات الواقعية، وإذا كان

على وفاق في علاقاته الشخصية بالناس، فمن المحتمل جداً أن يمر سريعاً وبسهولة بالعناصر المثيرة من برامج التليفزيون[٤٣].

ورغم كل ما ذكرناه عن التأثير السلبي للتليفزيون على الأسرة والجو العائلي، فإنه ينبغي أن نذكر أيضاً أن البيئة التي ينشأ فيها الطفل خاصة الأسرة والمدرسة، تستطيع إذا كانت بيئة صحية أن تقلل الى حد كبير من تأثير مشاهد العنف والجريمة والجنس والتأثيرات السلبية الأخرى للتليفزيون على الأطفال. . وذلك من خلال شرح الدوافع المختلفة للسلوكيات التي تظهر على الشاشة حتى يفهمها الأطفال بشكل صحيح، خاصة أن التليفزيون يمارس تأثيره كما ذكرنا مع تكرار عرض هذه المشاهد والصورة[٤٤]. . كما يتفق بعض العلماء في مجال الإعلام على أن التليفزيون ليس هو المؤثر الأساسي على اتجاهات الأطفال وقيمهم في أغلب مجالات

الإيجابية لتأثير التلفزيون على الأطفال، والتي أجمع عليها الخبراء المتخصصون والعلماء، بالإضافة إلى عدد آخر من الجوانب ومنها أنه مصدر مهم للتسلية والترفيه عن الطفل، ومنها مساهمته في التعليم المدرسي الرسمي وغير الرسمي إضافة إلى أنه ينشر ويدعم السلوكيات والقيم المساندة للنظام الاجتماعي [٤٦].

والتلفزيون يقوم بكل ذلك من خلال تقديم مضمون جيد يتم تخطيطه تخطيطاً علمياً سليماً وخاصة فيما يتعلق بالبرامج الموجهة خصيصاً للأطفال، مع مراعاة قواعد التربية وعلم النفس حتى يناسب مضمون هذه البرامج سني العمر المختلفة [٤٧]. أما فيما يتعلق بالمضمون ذاته فإنه يمكننا أن نميز بين ثلاثة أنواع من المضمون يمارس من خلاله التلفزيون تأثيره، وهي برغم تداخلها وامتزاجها إلا أن لكل منها الصفة الغالبة، وهي إما ذات مضمون ثقافي ينصرف إلى الإمتاع وتشكيل القيم، وإما ذات مضمون تعليمي ينصب على التوجيه والتنشئة، وإما ذات مضمون إعلامي يحيط بالقائع والأخبار. أي أن التلفزيوني يقوم في وقت واحد بثلاث وظائف تتعلق بتثقيف الطفل، وتعليم الطفل، وإعلام الطفل [٤٨].

ونتناول هنا بشيء من التفصيل أهم الآثار الإيجابية للتلفزيون على الطفل بشكل عام والطفل العربي بشكل خاص:

تزويد الطفل بالخبرات والمعلومات :

يلعب التلفزيون دوراً واضحاً في تزويد الطفل بالخبرات والمعلومات. وتختلف مهمة البرامج في هذا

الحياة، بل إنه عندما يتناول التلفزيون قيماً ونماذج للسلوك لا تتفق مع القيم والنماذج التي ينقلها الآباء إلى أبنائهم، فإن ما يحدث غالباً هو أن القيم الأسرية هي التي يكون لها اليد الطولى، أما قيم التلفزيون - مع الاستقرار العائلي - فإنها غالباً لا تسود، أما بالنسبة للأمور الجارية التي لا يكون للآباء موقف إزاءها، بحيث لا يرشدونهم أو يوضحون لهم وجهة نظرهم، وحيث لا يكون هناك خبرة حقيقية اكتسبها الأطفال، فإن التلفزيون يكون في موقف قوي يستطيع فيه أن يؤثر على المعتقدات والاتجاهات، ومن ثم يكون قادراً على بناء أنماط سلوكية [٤٥].

وفي الوطن العربي يجب على الأسرة بذل المزيد من العناية بأطفالها، خاصة بعد أن خرجت الأم للعمل، وانشغل أفراد الأسرة في أعمالهم، وأصبح الطفل في مواجهة مع ما يقدمه التلفزيون من برامج وأفلام ومشاهد تؤثر سلبياً على عقله ووجدانه.

ب - التأثير الإيجابي للتلفزيون :

يكاد يجمع عدد كبير من العلماء والمتخصصين على أن أهم الآثار الإيجابية للتلفزيون على الطفل بشكل عام تكمن في الآتي:

- تزويد الطفل بالخبرات والمعلومات عن مظاهر الحياة المختلفة.

- غرس وتدعيم القيم الإيجابية التي تقدم لنا رجالاً في المستقبل قادراً على المساهمة في بناء وتنمية مجتمعه.

هذان الجانبان يعدان من أهم الجوانب



والخبرات من خلال هذه البرامج.. وكمثال على ذلك أجرى المركز العربي للبحوث للمستمعين والمُشاهدين بالتعاون مع التلفزيون العراقي دراسة ميدانية لاستطلاع آراء ذوي الأطفال بخصوص برامج التلفزيون العراقي، واتضح أن أهم المواد التي لاحظ ذوو الأطفال أن أطفالهم يحرصون على مشاهدتها هي [٥١]:

- أفلام الكرتون ١٩,٦٪

- البرامج الرياضية ١٧,٩٪

- برامج الأطفال ١٧,٤٪

- الأفلام العربية ٨,٨٪

وما أشد حاجتنا في الوطن العربي لمزيد من هذه الدراسات الميدانية حتى يمكن أن نخطط لبرامج أكثر إيجابية للطفل العربي.

قيم إيجابية في عقول الأطفال:

من الأهمية تعريف الطفل بما هو صحيح وما

هو خاطئ، وما هو حسن وما هو سيئ من ألوان السلوك الاجتماعي، وتنمية الاتجاهات المناسبة تجاه كل شيئ بما يتفق مع قيم المجتمع.. ويمكن لبرامج الأطفال أن تعاون الأسرة في تنشئة الطفل اجتماعياً، وذلك بمساعدة الأطفال على التعرف على المبادئ والقيم والعادات الاجتماعية التي يتميز بها مجتمعهم، وأن

الجانب وفقاً للمرحلة العمرية للأطفال، فالبرامج الموجهة للأطفال في سن ما قبل المدرسة تنحصر مهمتها في تقديم المعلومات البسيطة الأولية عن مظاهر الحياة في أسلوب شيق يعمل على إقناع الطفل، وعلى توسيع مداركه العقلية وزيادة محصوله اللغوي.. أما الأطفال في سن المدرسة الابتدائية فتحدد مهمة البرامج تجاههم في تعريفهم بالأحداث المهمة في مجتمعهم وخارجه وتزويدهم بالأفكار السليمة [٤٩].. وفي دراسة ميدانية أجريت بمصر ذكر الأطفال المشاهدين للتلفزيون أنهم يستفيدون من مشاهدة التلفزيون في زيادة معلوماتهم العامة، ومن البرامج التي يستفيدون منها: الأفلام ٦٧٪، التمثيليات ٥٣٪، برامج المعلومات ٤٧٪، الأخبار ٤٥٪، كما يفضل مشاهدة برامج الأطفال ٣٤,٢٪ من الأطفال المشاهدين، وأهم أسباب عدم تفضيل هذه البرامج عند الذين لا يفضلونها افتقارها إلى المعلومات العامة.

وفي دراسة ميدانية أخرى للتلفزيون السوداني لقياس رأي الأطفال وذويهم في برامجهم بصفة عامة وبرامج الأطفال بصفة خاصة، اتضح أن ٦١,٦٨٪ من ذوي الأطفال يرون أن برامج التلفزيون مناسبة للأطفال [٥٠].

والنتائج السابقة تعطي مؤشراً مفاده أنه لو تم تخطيط برامج الأطفال تخطيطاً علمياً سليماً، فإنه يمكن النفاذ إلى عقل ووجدان الطفل ليكون التأثير الإيجابي فعالاً.. خاصة أنه يمكن من خلال الدراسات الميدانية معرفة أهم البرامج التي يقبل عليها الأطفال وبالتالي يمكن التخطيط للوصول إلى التأثير الإيجابي على الأطفال وتزويدهم بالمعلومات

*** * * الأرسال
الفضائي
ينبغي ان
يؤكد على
القيم
الفاضلة
والثوابت،
والانتماء.**

**** برامج الأطفال ينقسمها التخطيط المنهجي السليم، والموضوعية الجادة.**

يراعى في تقديمها اتباع
المواقف الدرامية البسيطة أو
القوالب الترفيهية التى يسهل
على الطفل استيعابها،
ويكون هدفها ترسيخ إحدى
هذه القيم في نفسية وعقلية
الطفل في سياق غير مباشر
مع مراعاة الدقة في كل ما
يقدم للطفل بحيث يتفق مع
القيم الاجتماعية والأخلاقية
المقبولة في الإطار

العربي[٥٢].. وفي الدراسة الميدانية التى أجراها
التلفزيون السودانى اتضح أن التلفزيون يساهم
في غرس القيم الإيجابية بدرجة كبيرة في رأي
٩١%، وإلى حد ما في رأي ٤٦% في رأي
الأطفال[٥٣].

بالإضافة إلى ما سبق فإن وسائل الإعلام وفي
مقدمتها التلفزيون تستخدم في زيادة الشعور
بالانتماء القومي، ويدون ذلك الشعور بالانتماء ما
من دولة تستطيع أن تخترق حاجز التخلف
الاقتصادي.. ويمكن أن يساهم التلفزيون في
غرس وتنمية وزيادة الشعور بالولاء القومي في
الوطن العربي، علاوة على الولاء المحلي، من خلال
إدراك المواطنين مصالحهم المشتركة وفائدة عملهم
متعاونين من أجل تحقيق الأهداف[٥٤].

وقبل أن ننتهي من هذا الجانب نشير إلى نتائج
دراسة مسحية مهمة لواقع برامج الأطفال في عينة
من الدول العربية (الأردن، سوريا، السعودية،
قطر، الكويت، تونس، الجزائر)، حيث جاء في

المنهل (الإصدار السنوي)

نتائج الدراسة أن الأهداف التى تسعى هذه البرامج
إلى تحقيقها هي[٥٥]:

- ١ - توجيه الأطفال إلى الأنماط السلوكية المقبولة
اجتماعيا (١٣.٠٤٪).
- ٢ - تنمية ملكات الطفل العقلية وتنشيط مداركه
وتنمية معلوماته (١٣.٠٤٪).
- ٣ - تسلية الأطفال والترفيه عنهم (١٣.٠٤٪).
- ٤ - تنمية الروح الوطنية عند الأطفال
(١٣.٠٤٪).
- ٥ - تطوير العالم الذاتى في نفس الطفل مع
تأكيد ارتباطه بالعالم من حوله (١٠.٨٧٪).
- ٦ - تنمية المهارات اليدوية للأطفال (١٠.٨٧٪).
- ٧ - تدريب الذاكرة وقوة الانتباه عند الأطفال
(١٠.٨٧٪).
- ٨ - إشباع الحاجات النفسية للأطفال (٨.٧٪).

وهكذا يتضح أنه على الرغم من التأثير السلبي
للتلفزيون عن طريق عرض بعض القيم السلبية،
والتي لا تتفق والقيم والأخلاقيات والمثل العربية..
إلا أنه من خلال الاستخدام السليم والتخطيط
العلمي لبرامجها يمكن تدارك مثل هذا التأثير،
وعرض القيم الإيجابية التى تتفق والقيم العربية،
وتقدم لنا رجل المستقبل القادر على التطوير
والإبداع.

وبعد هذا الاستعراض لتأثير التلفزيون
السلبي والإيجابي - على الطفل بشكل عام، والطفل
العربي بشكل خاص - فإننا نود أن نؤكد - ما سبق



الصدد هي دراسات قليلة بل تكاد تكون نادرة .. ولكن يمكن أن تقدم تصنيفاً للوضع الراهن للبرامج الموجهة الى الأطفال في تلفزيونات الوطن العربي بشكل عام، وذلك وفقاً لمصادر إنتاجها [٥٦]:

(١) برامج أجنبية مستوردة: ونسبة كبيرة منها عبارة عن كرتون وصور متحركة، ومصدرها في الغالب الولايات المتحدة الامريكية، وأستديوهات والت ديزني بالتحديد، وتنتشر هذه النوعية من البرامج في القطاع الشرقي من الوطن العربي، أما في المغرب العربي فإن البرامج الفرنسية غالبية وسائدة .. كما أن هناك بعض المسلسلات، ينطق جانب منها باللغة العربية - بطريقة الدوبلاج - وقد دخلت اليابان هذا المجال أخيراً من خلال بيروت، وبعض التلفزيونات العربية تعرض أفلاماً طويلة للأطفال، عليها ترجمات فوق الصور، رغم عدم قدرة الأطفال على قراءتها ومتابعتها.

(٢) برامج عربية تنتجها بعض المؤسسات والشركات، وجانب منها تنتجها التلفزيونات العربية وتقوم بتسويقه وتوزيعه - أو إهدائه - بهدف زيادة عدد المشاهدين من الصغار .. ومنها مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك لدول الخليج العربي، والتي أنتجت مسلسلين من برامج (افتح يا سمسم)، كل منهما في ٣٠ حلقة لسن ما قبل المدرسة ولاقي نجاحاً كبيراً، كما أنتجت برنامجاً صحياً، وقامت بتعريب بعض المسلسلات الأجنبية وإن كان لا يمكن أن نضعها في إطار البرامج العربية - وإن نطق

ذكره - على دور الأسرة المهم في تقادي وتجنب الأثر السلبي للتلفزيون، بالتوجيه والتفسير للمواقف التي تعرض، والعناية الكاملة والرعاية لجوانب شخصية الطفل المختلفة.

إن كل ما نريده ترجيح كفة التأثير الإيجابي بالتخطيط السليم والدراسات الجادة التي تستهدف خير هذه الأمة متمثلاً في أطفالها .

نتقل هنا الى الجانب الثاني من الدراسة، وهو الجانب الخاص بالنظرة المستقبلية لما يمكن أن تكون عليه البرامج الموجهة الى الأطفال في الوطن العربي، حتى يمكن أن تتحقق الاستفادة الكبرى من هذا الجهاز المهم والمؤثر في حياة الطفل، وحتى يمكن أن نطمئن على مستقبل أفضل تتحقق فيه الآمال والطموحات العربية.

ثانياً: استراتيجيات عربية مستقبلية للاستفادة من التلفزيون في مجال الطفولة:

كي نتمكن من تقديم نظرة مستقبلية على قدر من الواقعية، فلا بد لها أن تنطلق من أرضية الواقع والنظر إلى الوضع الراهن ومشكلاته، ومحاولة تقويمه، وذلك حتى تكون هذه النظرية المستقبلية على أساس علمي سليم .. وفي البداية هنا نشير الى صعوبة الحصول على بيانات خاصة بالبرامج الموجهة الى الأطفال في تلفزيونات دول الوطن العربي، كما أن الدراسات التي أجريت في هذا

التعليم الكثير، كما تمتليء بالنصح والإرشاد، وهي ليست جذابة خاصة إذا ما قورنت بما يقدم من المواد الأجنبية للأطفال.

هذا عن الواقع الراهن للبرامج الموجهة للأطفال في الوطن العربي بشكل عام، ولكن ماذا عن المشاكل التي تواجه هذه البرامج، وماذا عن تقويم هذه البرامج.

فيما يتعلق بالمشاكل التي تواجه برامج الأطفال في الوطن العربي، تشير أحدث دراسة شاملة في هذا



المجال، وهي دراسة ميدانية تم إجراؤها في ١٢ دولة عربية عام ١٩٨٨، تشير الى أن أهم هذه المشاكل تتركز في الآتي [٥٧]:

١ - عدم توافر الكتاب والمخرجين والمقدمين الأكفاء (١٨٧٪).

٢ - عدم توافر الاستديوهات بالكم والكيف المناسبين (١٠٩٪).

٣ - ضالة ميزانية برامج الأطفال التلفزيونية (١٠٩٪).

٤ - قلة الدورات التدريبية في برامج الأطفال التلفزيونية (١٠٩٪).

٥ - عدم التخطيط لبرامج الأطفال التلفزيونية (٧٨٪).

٦ - كثرة المضمون الأجنبي (٧٨٪).

٧ - عدم إقبال الأطفال على المشاركة في البرامج خاصة أثناء العام الدراسي (٣٢٪).

بها، وقد تكون هذه خطوة تتلوها أعمال مؤلفة خصيصاً للأطفال العرب.. وهناك محاولات من جانب بيروت والقاهرة وعمان لإنتاج برامج عربية للأطفال، ولكنها محاولات ذات خطى بطيئة، ولم تسفر عن إنتاج مؤثر ذي قيمة عالية.

(٣) هناك محاولات خليجية لإنتاج برامج أطفال، تتركز أغلبها في الكويت، وتطلب عليها البيئة المحلية واللهجة الخليجية، ويتسم بديورها وإخراجها بالثراء الذي يجتذب الأطفال، وحين يستخدمون اللغة الفصحى نجد أنها أعلى من مستوى الأطفال، وغالباً ما تعتمد هذه الأعمال على مسرحيات الأطفال، أو المسلسلات المنخفضة عن قصص ألف ليلة وليلة.

(٤) هناك العديد من برامج الأطفال التي ينتجها التلفزيون في كل بلد عربي، وهي تعتمد أساساً على مسبق برامج، وراوي حكايات، ومجموعة من الأطفال.. وهؤلاء معاً يحاولون تقديم مواد فيها من



**** غياب**

الكفاءة

في العمل

التلفزيوني

المقدم

للأطفال

أدى إلى

سطحيته.

(٦) سوء استغلال المادة

التراثية والفولكلورية بشكل

يعرض موروثة الأصيل

لكثير من العيب والتشويه.

- عرضنا فيما سبق

الواقع الراهن للبرامج

الموجهة الى الأطفال في

تلفزيونات الوطن العربي مع

عرض المشاكل التي تواجه

هذه البرامج، والملاحظات

الواردة على شكل مضمون ما تقدمه، والتي تفيد

في النظرة المستقبلية لما ينبغي أن تكون عليه البرامج

الموجهة للأطفال في الوطن العربي، والتي نبدؤها

بتقديم الأسس العامة لإعلام الطفل بشكل عام،

والتي يجب أن يضمها القائم بالاتصال والمسؤولون

في تلفزيونات الدول العربية في الاعتبار حين

التخطيط المستقبلي لإنتاج هذه البرامج، ويمكن

إجمال أهم هذه الأسس في الآتي:

١- أهمية الوضع في الاعتبار أن عملية الإعلام

ليست معزولة عن الإطار أو السياق الاجتماعي، وأن

عملية إعلام الطفل تتأثر بمجموعة من العوامل.

أولها: مجموعة العوامل الفردية والشخصية التي

تتعلق بشخصية الطفل واستعداداته واحتياجاته

وميله ورغباته.

ثانيها: مجموعة العوامل الاجتماعية كالقيم

والعادات والتقاليد والمعايير الاجتماعية التي يعيشها

٨- قلة التصوير الخارجي لبرامج الأطفال

(٦٣٪).

٩- وجود فروق في المستوى الإنتاجي العربي

والأجنبي (٦٣٪).

١٠- تكرار بعض الفقرات (٦٣٪).

وفيما يتعلق بتقويم هذه البرامج التلفزيونية

الموجهة للأطفال، فقد سجلت لجنة التحكيم الخاصة

ببرامج الأطفال في مهرجان التلفزيون العربي

الثالث الذي عقد في تونس ١٤ - ٢٠ ديسمبر

١٩٨٥م، سجلت ملاحظات أساسية وعامة على

مجمّل الإنتاج التلفزيوني، نذكر منها [٥٨] :

(١) افتقار الدراسة والمنهج والتخطيط، ونقص

الرؤية في العمل التلفزيوني العربي الموجه للأطفال.

(٢) إقحام ثقافة الأطفال أو تبسيطها بشكل

أوقع الكثير من الأعمال في التجريد والتشتت والبعد

عن طبيعة الطفل المتلقي.

(٣) الخلط بين ما هو تعليمي ووعظي، وبين

النشاط المدرسي والرسامي الموجه للأطفال، مما

أظهر هذه الأعمال بمظهر نمطي ينطوي على كثير

من الارتباك وقليل من الإبداع.

(٤) غياب الكفاءة في العمل التلفزيوني الموجه

للأطفال، مما يتسبب في ضعف المستوى الفني،

كتابة وإعداد وإخراجاً.

(٥) افتقار الأعمال الجدية الكافية في النظر إلى

الأطفال باعتبارهم مشاهدين أساسيين لبرامج

التلفزيون.

بالحفاظ على القيم الروحية والاجتماعية العربية [٦٠].

٣ - ضرورة مواجهة الأطفال بمشاكل عقلية تناسب نموهم العقلي لأن طرح مشكلات يرى الأطفال أنها تقل عن مستواهم تشكل مدعاة لاستخفافهم بها، بل إن طرح مشكلات تفوق ذلك المستوى بكثير يقودهم الى مشاعر قد تؤدي الى الإحباط. كذلك العمل على تدريب الأطفال على الطرق الصحيحة والمنظمة في التفكير، وإشاعة قيم المرونة في تفكيرهم من خلال العمل على تعميق وعي الطفل بأن الأفكار ليست جامدة بل هي عرضة للتغيير [٦١].

٤ - ضرورة الاهتمام باللغة العربية الفصحى والابتعاد قدر الإمكان عن اللهجات المحلية والعبارة العامية.

٥ - احترام مواعيد الإذاعة والعرض، فلا قيمة لإعلام يوجه الى جمهور غائب، ويجب أن تكون هذه المواعيد ثابتة، وفي الفترات التي يفضلها الأطفال.

واستناداً الى كل ما سبق ذكره، وانطلاقاً من الرغبة في صورة مستقبلية متفائلة للبرامج التليفزيونية الموجهة الى الطفل العربي، نقدم تصوراً لما يمكن أن يكون عليه مضمون هذه البرامج، ثم نتبعه بتقديم عدد من التوصيات التي يمكن أن تقيد في عملية التخطيط المستقبلي لإنتاج هذه النوعيات من البرامج.

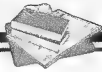
وفيما يتعلق بالمضمون المقترح للبرامج الموجهة

والجماعات التي ينتمي اليها. وكل هذا يؤكد على أهمية البحوث الخاصة بجمهور الرسالة أو الوسيلة، أي إننا بحاجة لأن نعرف جمهور الأطفال وخصائصه المختلفة، حتى نصل إليه بشكل وأسلوب أكثر تأثيراً، وحتى يمكن قياس الأثر الذي تتركه الرسالة التي نبثها للطفل، ونعرف نوع هذا التأثير وحجمه، وهل هو في الاتجاه الصحيح الإيجابي أم لا [٥٩].

أيضاً ضرورة الاهتمام ببحوث الأطفال فيما يتعلق بالوسيلة والمضمون، لمعرفة رأيهم فيما يقدم، والتعرف باستمرار على رغباتهم واحتياجاتهم، لا لإرضائها فقط، وإنما لتوجيهها وتطويرها، مع ضرورة أن تواكب هذه البحوث والدراسات عملية تخطيط وتنفيذ جيد.

٢ - أهمية العناية بمضمون الخدمات الإعلامية الموجهة للأطفال، وتقديمه بشكل يسهل إدراكه ليحقق الغاية التي يقدم من أجلها، مع ضرورة أن تلتزم تلك الخدمات في كل فقراتها

*** ضرورة
إيجاد
مؤسسة
عربية
لانتاج
برامج
الأطفال
بصورة
منهجية.
* ضرورة
الاهتمام
بالتقييم
الديني،
وباللغة
العربية في
برامج
الأطفال
بخاصة.**



منافس خطير للكتاب، لهذا يجب أن يعوض الطفل عن حرمانه من القراءة بتقديم كتب الأطفال في إطار البرامج التليفزيونية.

٨ - برامج تاريخية: تركز على تاريخ الوطن العربي، والتاريخ الإسلامي، وأخيراً تاريخ الإنسان على الأرض وحضاراته المتوالية.

وقبل أن ننتهي من هذه الدراسة نقدم مجموعة من التوصيات التي تفيد في عملية التخطيط المستقبلي لإنتاج هذه النوعيات من البرامج الموجهة إلى الطفل العربي [٦٣]:

١ - ضرورة الاهتمام بعمليات التخطيط والتقييم والمتابعة لبرامج الأطفال التليفزيونية في الدول العربية.

٢ - ضرورة إنتاج مسلسلات وبرامج أطفال على مستوى الوطن العربي وإذاعتها في الأوقات المناسبة للطفل العربي مستخدمة أحدث التقنيات في إنتاج هذه البرامج.

٣ - زيادة الوقت المخصص للمعلومات والقيم ضمن برامج الأطفال لأهمية المعلومات في البناء الثقافي للطفل.

٤ - العمل على إيجاد تنسيق بين التلفزيون وكل من المدرسة والبيت، وربط بعض فقرات البرامج بالمناهج الدراسية على ألا يتعدى المضمون المقدم حدود مناهج الكتب المدرسية.

٥ - الاقتراب من واقع الطفل العربي بتحديد

للطفل العربي، فإنه يشمل تقريباً كافة أنواع المضمون البرامجي الجيد والذي يعطي الطفل جانباً مهماً من الثقافة والخبرة تفيده إلى حد كبير عقلياً ووجدانياً. ومن أهم نوعيات هذا المضمون المقترح الآتي: [٦٤]

١ - برامج قومية: تستهدف التعرف على البيئة والتعامل معها، والخروج إلى دائرة أوسع في الانتماء للوطن العربي والإسلامي.

٢ - برامج تربوية: تركز فيها على التعامل مع أفراد الأسرة، والمعلمين والزملاء في المدرسة ثم المجتمع.

٣ - برامج اجتماعية: تهدف إلى إشاعة روح التعاون بين أفراد المجتمع وتناقش دور الفرد والمجتمع وأهمية كل منهما للآخر.

٤ - برامج علمية: تشبع روح التفكير العلمي، مع الاستفادة من اللعب للتعليم، ويمكن لنوادي العلوم أن يساهم بجهد في هذا اللون من البرامج.

٥ - برامج أدبية: لزيادة ثروة الأطفال اللغوية، وتنمية قدراتهم التعبيرية، وترغيبهم في الأدب بمعناه الفني كشعر ونثر، وبالذات الحكايات العربية التراثية والحكايا الشعبية.

٦ - برامج إخبارية: تهتم بأن يواكب الطفل أخبار بلادنا وعالمنا، والأطفال ليس لديهم خلفيات سياسية، لذلك يجب تبسيط هذه الأخبار وإعطاء خلفيات عنها.

٧ - برامج عن الكتاب: حيث إن التليفزيون

معادلة وسط - ثقافية تربية - في إعداد وإنتاج برامج الأطفال بحيث لا تعتمد على تضخيم الماضي وتهويل المستقبل.

٦ - العناية أكثر، والاهتمام بشكل أكبر بقواعد اللغة العربية تديماً وإلقاء في برامج الأطفال، مع تجنب طول البرامج ومقدماتها.

٧ - في حقبة القمر الصناعي العربي، يجب استخدام لغة مشتركة تذيب العوائق الناتجة عن استخدام اللهجات المحلية، لذلك فإن استخدام اللغة العربية الفصحى، السهلة والمناسبة للأطفال، يصبح أمراً ضرورياً. ويقتضي ذلك وضع قاموس يضم الكلمات الفصحى المتداولة بين الأطفال للاستعانة بها حين مخاطبتهم، وذلك أن القمر الصناعي العربي يحقق ميلاً «القرية العربية» الحقيقية من المحيط إلى الخليجي، مما يؤدي إلى ارتفاع إيقاع الإحساس العربي ومقاومة الدعوات الإقليمية وما ارتبط بها من دعوات استخدام اللهجات العامية.

٨ - أهمية التفكير في إعداد مشروع كبير ضخم للإنتاج المشترك لبرامج الأطفال، مع التركيز على الطابع القومي للشخصية العربية، وذلك للاستفادة القصوى من القمر الصناعي العربي من خلال قناته الجماعية غزيرة الإشعاع.

٩ - ضرورة الاستفادة من التراث العربي وما يتضمنه من روائع أدبية وقصصية، لا سيما أن هذا التراث الأصيل غني بمظاهر البطولة والجوانب السلوكية القويمة، والتي تصلح موضوعاً للكثير من الأعمال الدرامية التلفزيونية الموجهة للأطفال، ويمكن كذلك تبسيط روائع الأدب العربي المعاصر وتقريبها لمفاهيم الأطفال.

١٠ - أهمية أن يتبنى اتحاد إذاعات الدول العربية جهود المنظمات العربية المتخصصة للاهتمام

والتعريف بواقع الطفل العربي في الأرض المحتلة والمهجر، ويعمل على دعم الإنتاج العربي المشترك في مجال الفيلم التلفزيوني والمسلسلات الخاصة بالأطفال.

١١ - إقامة مهرجانات سنوية ومسابقات لاختيار أفضل برنامج للأطفال في مستوى الوطن العربي، وأن يشترك في التحكيم جمهور من الأطفال في البلدان العربية.

في نهاية هذه الدراسة ينبغي أن نؤكد على ما سبق وذكرناه، وهو أن التلفزيون كوسيلة اتصال لها أهمية خاصة في حياة الطفل، وباعتبارها وسيلة مهمة ومؤثرة في عقل ووجدان الطفل العربي، ونظراً لما لها من آثار سلبية وإيجابية في هذا الصدد، فإنه ينبغي بذل مزيد من الاهتمام والعناية بالبرامج الموجهة للطفل العربي في تلفزيونات الوطن العربي من أجل تجاوز سلبياته وتدعيم إيجابياته، على أن يكون هذا الاهتمام، وهذه العناية قائمة على أسس علمية سليمة تستهدف في النهاية خير هذه الأمة العربية متمثلاً في أبنائها.

الهوامش والمراجع :

(١) عبد الرحمن عيسوي: دراسات في السلوك الإنساني، الاسكندرية: منشأة المعارف، ١٩٨٦، ص ٢٤١.

(٢) حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي الطبعة الخامسة، القاهرة: عالم الكتب ١٩٨٤، ص ٢٤٩.

(٣) Williams Martin, "T.V the casual art" New York: Oxford University press, 1982 P33.

Cole, Barry: "Television Today: (٤) A close up view" New York: Ox-



منشورة جامعة القاهرة: كلية الاعلام ١٩٩١، ص ١٣٧

(١٤) فوزية فهمي، التلفزيون فن، سلسلة اقرأ، عدد ٤٦٥، القاهرة: دار المعارف ١٩٨١، ص ١٠٦

(١٥) التلفزيون فن، ص ١٠٦

(١٦) لمن يرغب في المزيد، يمكن الرجوع الى:
- ابراهيم امام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، الطبعة الثانية، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٨٥، ص ٢٤٥

- التلفزيون فن، ص ١٠٤

(١٧) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ١٣٢

(١٨) جريدة الأحرار، العدد الصادر في ١٨ مارس ١٩٨٥، الصفحة الأولى (الصحيفة تصدر عن حزب الأحرار بجمهورية مصر العربية).

(١٩) التلفزيون فن، ص ١٠٤

(٢٠) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ١٣٥

(٢١) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ٢٣٩

(٢٢) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ٢٣٨

(٢٣) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ٢٣٦

(٢٤) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ١٢٨، ١٢٩

(٢٥) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ٢٥٣

(٢٦) مظهر مندوب: التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي، العراق: دائرة الشؤون الثقافية والنشر، ١٩٨٣، ص ١٧

(٢٧) التلفزيون فن، ص ١٠٧، ١٠٨

(٢٨) التلفزيون فن، ص ١٠٧

(٢٩) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ٢٤٣

(٣٠) إعلانات التلفزيون: قنبلة بالصوت والصورة، ص ٤

(٣١) كافيّة رمضان: «التنشئة الاسرية وأثرها في تكوين شخصية الطفل العربي»، مجلة «علم النفس»، عدد رقم ٠٠٤ القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٧، ص ٩٣

(٣٢) كلير فهمي: الحب والصحة النفسية لأبنائنا، سلسلة اقرأ، رقم ٤٢٥، القاهرة: دار المعارف ١٩٧٧، ص ٢٠٧

(٣٣) محمد عماد الدين اسماعيل: الأطفال مائة المجتمع، سلسلة عالم المعرفة، عدد رقم ٩٩، الكويت:

tord University press, 1981 P237.

(٥) يسري عبد المحسن: «الإدمان التلفزيوني وفسيل المخ» في: رحلة مع النفس، سلسلة كتاب اليوم الطبي، عدد ١٥٠٦٣ القاهرة: مؤسسة أخبار اليوم ١٩٨٧، ص ١٠٠

(٦) عبد الرحمن عيسوي: سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، الاسكندرية: دار الفكر الجامعي ١٩٨٥، ص ٢١

(٧) عبد الله الطرزي: الوضع السكاني للوطن العربي، مجلة شؤون عربية، عدد ٤٩، جامعة الدول العربية: الإدارة العامة لشؤون الإعلام، مارس ١٩٨٧، ص ١٨٧

(٨) إعلانات التلفزيون: قنبلة بالصوت والصورة، تحقيق صحفي بصحيفة الوفد، القاهرة: العدد الصادر في ٢٩ مايو ١٩٩٢، ص ٣

(٩) عبد التواب يوسف: برامج الأطفال التلفزيونية عبر القمر الصناعي العربي، في الندوة الإعلامية العربية الأولى لحقبة القمر الصناعي العربي، المركز الإعلامي للدراسات والبحوث القومية والاستراتيجية، القاهرة في الفترة من ١٥ - ١٧ يناير ١٩٨٥، ص ٨

(١٠) لمزيد من الاطلاع في هذا الجانب:

- فوزية عبد الله آل علي: «برامج الاطفال في تلفزيون الإمارات العربية المتحدة» رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الاعلام ١٩٨٨

- عاطف عدلي العبد: «دور التلفزيون في إمداد الطفل المصري بالمعلومات من خلال برامج الاطفال: دراسة تحليلية وميدانية» رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الاعلام ١٩٨٤

- حسن علي محمد علي: «إعلانات التلفزيون الموجهة عبر القناة الأولى وعلاقتها باتجاهات الاطفال: دراسة تحليلية وميدانية» رسالة ماجستير، غير منشورة القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة ١٩٨٨م

(١١) عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص ٨٠، ٨٧

(١٢) جيهان رشدي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٧٨، ص ١٩٨

(١٣) سلوى محمد العوادلي: «دور وسائل الاتصال في التنشئة السياسية والاجتماعية» رسالة ماجستير، غير



الإذاعة المسموعة كأداة لتثقيف الطفل المصري: دراسة تطبيقية تحليلية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الاعلام ١٩٨٤، ص ٩٨.

(٥٠) عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص ١١٠.
(٥١) المرجع السابق نفسه، ص ١١٧.

(٥٢) سامية سليمان رزق، مرجع سابق، ص ٨٤.

(٥٣) عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص ١١٠.

(٥٤) جيهان رشتي: نظم الاتصال: الاعلام في الدول

النامية، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٧٢، ص ١٧٦.

(٥٥) عاطف عدلي العبد: الاعلام المرئي للطفل العربي:

دراسة ميدانية وتطبيقية (الأردن، سوريا، السعودية،

قطر، الكويت، تونس، الجزائر)، القاهرة: دار الفكر

العربي ١٩٨٩.

(٥٦) عبد التواب يوسف، مرجع سابق، ص ٢، ٣.

(٥٧) عاطف عدلي العبد وعبد التواب يوسف: الطفل

العربي ووسائل الاعلام وأجهزة الثقافة: دراسة ميدانية

١٩٨٨، القاهرة: المجلس العربي للطفولة والتنمية

١٩٨٨، ص ٣١١.

(٥٨) نتائج برامج الأطفال في مهرجان التلفزيون

العربي الثالث، مجلة الإذاعات العربية عدد رقم ٦،

تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية ١٩٨٥، ص ٢٢.

(٥٩) محمد عماد زكي: تحضير الطفل العربي للعام

٢٠٠٠، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٠،

ص ١٢٤.

(٦٠) محمد مغوض: «الأسس العامة لإعلام الطفل»،

مجلة الفن الإذاعي، عدد رقم ١٠٩، القاهرة: اتحاد

الإذاعة والتلفزيون ١٩٨٦، ص ١٩ - ٢٢.

(٦١) هادي نعمان الهيتي: ثقافة الأطفال سلسلة عالم

المعرفة، عدد رقم ١٢٢، الكويت: المجلس الوطني

للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٨، ص ٩٨.

(٦٢) برامج الأطفال التلفزيونية عبر القمر الصناعي

العربي، ص ١٨، ١٩.

(٦٣) استفاد الباحث في هذا الجانب من المراجع

التالية:

- الاعلام المرئي الموجه للطفل العربي.

- نتائج برامج الأطفال في مهرجان التلفزيون العربي

الثالث، وبرامج الأطفال وقمر الاتصال العربي.

المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ١٩٨٦، ص ٢٧٠.

(٢٤) جامعة الاسكندرية. أبحاث إعادة بناء الإنسان

المصري، التقرير الثالث ١٩٧٩، ص ١٢.

(٢٥) R.T Eisler, D. Loye: Children and the chosen future, Journal of clinical child psychology, Vol 9, Summer, 1980, PP 101-106.

(٢٦) الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ص ٦٠٢،

٦٠٤.

(٢٧) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ٢٣٦.

(٢٨) التلفزيون ونوره التربوي في حياة الطفل

العراقي، ص ١٧.

(٢٩) الأطفال مرآة المجتمع، ص ٣٣.

(٤٠) علي سيد محمد رضا: «تدفق البرامج من

الخارج في تلفزيون جمهورية مصر العربية»، رسالة

ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام

١٩٧٩، ص ٢٠٥.

(٤١) التلفزيون فن، ص ١٠٨.

(٤٢) عبد التواب يوسف، مرجع سابق، ص ٤.

(٤٣) حواريات الإعلام، عدد ٣، العراق: جامعة

بغداد، ١٩٨٣، ص ٢٥١.

(٤٤) هيلدوت هيلموت وآخرون: التلفزيون والطفل،

ترجمة أحمد سعيد عبد الحليم ومحمود شكري

العنوي، القاهرة: مؤسسة سجل العرب ١٩٦٧، ص

٦.

(٤٥) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص ١٢٠.

R.T. Eisler. D. Loye. Op. Cit, (٤٦) PP 101-106.

(٤٧) برامج الأطفال في الراديو والتلفزيون، الحلقة

الدراسية الخاصة ببرامج الأطفال في الإذاعة

والتلفزيون التي أقامها اتحاد الإذاعات العربية،

القاهرة: مطابع مؤسسة روز اليوسف ١٩٧٢، ص

١٩.

(٤٨) السيد عليوة: استراتيجية الاعلام العربي،

القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٠، ص

٢٧٣.

(٤٩) سامية سليمان رزق: ترشيد برامج الأطفال في

المنهل (الإصدار السنوي)



إحذر مفاجآت الطريق



الالتزام
بالتعليمات أمان
لك ولأسرتك
والمجتمع
فاحرص على اتباعها

مع تميمات خالصة مجلة العرب الأدبية

تصدر من دار النشر للصحافة والنشر المحدودة

المركز الرئيسي جدة رمز بريدي ٢١٥١١ من ب ٢١٢٥ ت ٢٤٢٢١٢٦ فاكس ٢٤٢٢٨٨٥٢



يقوم التلفزيون كوسيلة من وسائل
الاعلام بدور متميز في نشر الثقافة بين
الجمهور، مفيداً من خصائصه الفنية في نقل
الصوت والصورة.

ولذلك تحاول هذه الدراسة تحديد ماهية
البرامج الثقافية، في نطاق تحديد المفاهيم في
الدراسة، وقد لاحظت من خلال قراءتي في
هذا الموضوع شبه اتفاق على صعوبة تحديد
ماهية البرامج الثقافية، لأن أي برنامج لا يخلو
من محتوى ثقافي، كما أن وصف البرامج
بأنها ثقافية أمر لا يتفق حوله كل تصنيف، وما
يعد برنامجاً ثقافياً في أحد البلاد قد لا يكون
كذلك في بلد آخر، بل إن بعض الأجهزة
الإعلامية في بعض الدول لا تجد في خريطة
برامجها برامج معينة توصف بوصف البرامج
الثقافية (تلفزيون الدمارك، والبرازيل،
وفرنسا، والمانيا، وبلجيكا) (١) .

ويقتضى البحث العلمي أن تكون البرامج الثقافية
في هذا السياق محددة في البرامج الثقافية
المتخصصة وبرامج الثقافة العامة .

وهذا التحديد يقتضي بالضرورة التأكيد على أن
مفهوم البرامج الثقافية يوحد بين الثقافة كمضمون،



الإعلام الثقافي .. والبرامج التلفزيونية

بقلم : د. سفير جاد

- مصر -

المجلد (٢) الإصدار السنوي

وبين الوعاء البرامجي التليفزيوني، من حيث الشكل والمحتوى، ولذلك تحاول هذه الدراسة التعرف على ماهية البرامج الثقافية من عدة جوانب وذلك من حيث المضمون والمفهوم والهدف والنواحي الفنية .

المضمون الثقافي

إن مفهوم الثقافة بوجه عام، ومفهوم الثقافة في البرامج التليفزيونية بوجه خاص من أكثر المفاهيم تداولاً، ولكنه أيضاً من أكثرها غموضاً فالتعاريف التي اقترحت في المئة سنة الأخيرة على الأقل بلغت حداً من التنوع يصعب معه الاتفاق على تعريف (٢). وإذا كان كروبيير Kroeber و كلوكهون Kluckhohn عالما الانثروبولوجيا الامريكيان قد صنفا قبل ربع قرن ما لا يقل عن ١٦٠ تعريفاً للثقافة، فإن التعريفات التي تبلورت بعد ذلك تزيد ولا شك في عدد هذه التعاريف المقترحة (٣) .

ولقد قدم هذان العالمان صيغة تأليفية في محاولة لتعريف الثقافة تشتمل على معظم العناصر التي حظيت بموافقة العلماء في الوقت الحاضر : «الثقافة تتألف من أنماط، مستترة أو ظاهرة للسلوك المكتسب والمنقول عن طريق الرموز، فضلاً عن الاجازات المتميزة للجماعات الانسانية، ويتضمن ذلك الاشياء المصنوعة، ويتكون جوهر الثقافة من أفكار تقليدية، وكافة القيم المتصلة بها،

أما الانساق الثقافية فتعتبر نتاج السلوك من ناحية، وتمثل الشروط الضرورية له من ناحية أخرى » (٤) . وذلك اكتسبت كلمة ثقافة Culture معناها الفكري في اوروبا في النصف الثاني من القرن الثامن عشر. فالكلمة الفرنسية كانت تعني في القرون الوسطى الطقوس الدينية Cultes ولم تعبر عن فلاحه الأرض إلا في القرن السابع عشر . أما في القرن الثامن عشر فقد عبرت عن التكوين الفكري عموماً وعن التقدم الفكري للشخص خاصة وعمما يتطلبه ذلك من عمل وما ينتج عنه من تطبيقات (٥) .

وأدى انتقال الكلمة إلى الألمانية في النصف الثاني من القرن العشرين لأول مرة - وقبل رجوعها الي فرنسا - مضموناً جماعياً ، فقد أصبحت تدل خاصة على التقدم الفكري الذي يحصله الشخص او المجموعات الانسانية بصفة عامة، أما الجانب المادي في حياة الاشخاص والمجتمعات فقد افردت له الألمانية كلمة «حضارة» (٦) .

ولقد نبه العقاد الى ضرورة التفرقة بين كلمتي «ثقافة» و «حضارة» في اللغة العربية، حين قال : «إن كلمة الثقافة بمعنى الحق والبرية والتهذيب قديمة في اللغة العربية تجدها في كل معجم من معجمات اللغة السلفية والعصرية، مع الشواهد التي تدل عليها من الأحاديث والأمثال والآيات الشعرية، ومن

معانيها الغالبة «التسوية والتقويم» ولهذا تسمى
 الاداة التي تقوم الرماح «بالثقاف» وقد وردت في
 كلام ابن خلدون بمعنى قريب من معناها الشائع في
 العصر الحاضر، فليست هي من ابتداء الكتاب
 المعاصرين، وإنما احتاج الكتاب المعاصرون الي
 التمييز بين مدلول الحضارة وكلمة الثقافة، بهدف
 التفرقة بين المظاهر المادية التي تقترون بالحواضر
 الكبرى و عمران الثروة، وبين التربية الخلقية والفكرية
 التي تتمثل فيما تملكه الأمم من ثمرات التهذيب
 والتثقيف من محصول ثروتها النفسية، وعند المحدثين
 من الاخلاقيين والاجتماعيين أن نهضات الأمم تبدأ
 بالثقافة أو بالعقائد والأمثلة العليا ثم تنتهي إلى
 العمران المادي الذي يتراعى في الأشياء المحسوسة
 وينقص نصيبه رويدا رويدا من المعاني الوجدانية
 حتى يؤول إلى الزوال فلا تقوى الأمة على الاحتفاظ



بالعمران ولا بالأمثلة العليا، ولا ترجي لها نهضة
 أخرى بغير عقيدة متجددة، تبعثها الى الحركة
 والطموح « (٧) .

ومع انتقال كلمة «ثقافة» إلى انجلترا تصادف
 ميلاد المفهوم الانثروبولوجي للثقافة، والذي ينظر
 اليها كمرادف للحضارة، وعلى نحو ما نجد في أول
 تعريف انثروبولوجي للعالم البريطاني تايلور -
 Tay lor (١٨٣٢ - ١٩١٧م) في كتابه «الثقافة البدائية»
 الصادر سنة ١٨٧١م يقول :

« الثقافة بالمعنى الانثوجرافى الواسع هي ذلك
 الكل المعقد الذي يتضمن المعرفة ، والعقيدة ، والفن ،
 والاخلاق ، والقانون ، والعادة ، وكل المقومات
 الأخرى التى يكتسبها الانسان كعضو فى المجتمع »
 ومن هذا التعريف الانثروبولوجي يتضح ان هناك
 أربع خصائص يتميز بها مفهوم الثقافة (٨) :

- ١ - الثقافة كمجموعة من المعطيات الفكرية
 والعاطفية والمادية .
- ٢ - التشكل كسمة رئيسية في الثقافة والذي
 يختلف قوة ومرونة حسب الحالات المختلفة .
- ٣ - التعلم، على أساس أن ماهو ثقافي لا يورث
 بيولوجيا وإنما عن طريق الاستيعاب الذي يجعل
 الثقافة «ارثا اجتماعيا» أو انها «مايتعلمه الفرد»
 ليعيش في مجتمع خاص» وتدخل الثقافة هنا فى
 التنشئة الاجتماعية .



نمضات الاسم تبدأ بالثقافة والأمنلة الطبي

الثقافة والشخصية. فمن جهة لاشك في أن مختلف أنماط الشخصية تؤثر تأثيرا عميقا في تفكير وعمل المجموعة بأسرها .. ومن جهة .. تترسخ بعض أشكال السلوك الاجتماعي - حتي ولو لم يتلاءم الفرد معها الا نسبيا - في بعض الأنماط المحددة من أنماط الشخصية» (١٠) .

والمحور الثالث : هو أوثق هذه الاتجاهات بمفهوم الثقافة في التليفزيون، ووسائل الاعلام، لأنه اتجاه ينظر الى الثقافة بالاستناد على نظريات الاتصال الحديثة منطلقا اساسا من النموذج اللساني، وفي أعمال ليفي ستراوس Levi Strauss خير تعبير عن هذا الاتجاه، ذلك ان «ستراوس» يرى ان علم اللغة يتميز عن غيره من العلوم الانسانية بأنه هو العلم الوحيد الذي وضعه على قدم المساواة بالعلوم الطبيعية الدقيقة وذلك لثلاثة أسباب .

٤ - المشاركة، وهي خاصية نزعت بها الانثروبولوجيا عن الثقافة الاعتبارات الفردية معتبرة هنا أن المعيار الأساسي للظواهر الثقافية هو اشتراك مجموعة من الناس في الموقف منها . ولم يحل هذا الحد الأدنى من الاتفاق دون وجود تعاريف كثيرة، فمثلا صنف «كروبير» و «كلوكوهن» التعاريف التي أحصاها في سبعة أصناف وصفية وتاريخية وسيكولوجية وبنوية واخيرا تعاريف جزئية أو غير كاملة .

أما «بالاندي» Balandier (٩) فقد ركز تصنيفه حسب محاور ثلاث :

الأول : المحور الذي ينظر الى الثقافة من زاوية التاريخ الثقافي وهو اتجاه راده «بوا» Boas (١٨٥٨ - ١٩٤٢م) وعنى بخصوصية كل ثقافة، وحاول ايجاد صلات تاريخية جغرافية بين الثقافات، وهو الاهتمام الذي اتضح كذلك عند تلميذه هرسكوفيتش Herskovits (١٨٩٥ - ١٩٦٣م) الذي اكد على الاستمرارية التاريخية في الثقافة، وعني بدراسة عملية الثقاف Acculturation .

أما المحور الثاني : فهو الذي ينظر الي الثقافة من حيث علاقتها بالشخصية وهو اتجاه راده «سابير» Sapir (١٨٨٤ - ١٩٣٩م) وهو اساسا لغوي اكد على العلاقة العضوية بين الظواهر الثقافية والظواهر اللغوية، يقول : «هناك علاقة اساسية بين

الثقافة عملية

تقويم مستمر

للإنسان

سلوكاً وأداءً

أولاً : لأنه يدرس موضوعاً عالمياً، إذ لا يوجد أى مجتمع انساني بدون لغة.

ثانياً : لأن منهجه متشابه، أى انه يمكن اتباع نفس المنهج فى دراسة أية لغة قديمة كانت او حديثة، بدائية أو متحضرة

ثالثاً : لأن هذا المنهج يعتمد على بعض المبادئ الأساسية التى يختلف عليها الباحثون المتخصصون، وإن كانت لهم بعد ذلك وجهات نظر متفاوتة فى الجوانب الثانوية، ولا يوجد علم انساني أو اجتماعى آخر يضمن توافر هذه الشروط بدقة (١١) .

وهكذا يتضح أن «الثقافة Culture» قد وضعت لها تعريفات كثيرة، تعرض الباحثة هنا لعدد قليل منها بهدف تبين مدى اختلاف وجهات النظر إليها، وتختلف هذه التعريفات فى الفاظها وفى صياغتها، ولكنها تتفق فى النهاية مع التعريف

المفصل (الإصدار السنوي)

الكلاسيكي البسيط الذى وضعه «تاييلور» والذى عرضت له الباحثة، ومنه يتضح أهم خصائص الثقافة ومقوماتها (١٢) :

١ - الخاصية الأولى كما تظهر من هذه التعريفات للثقافة هى تمايزها واستقلالها عن الأفراد الذين يحملونها ويمارسونها فى حياتهم اليومية، والمقصود بذلك أن عناصر الثقافة أمور يكتسبها الإنسان بالتعليم من المجتمع الذى يعيش فيه، وهنا نجد هذه الخاصية ألصق بمفهوم البرامج الثقافية فى التليفزيون، حيث تصبح من الوسائل التى يكتسب الإنسان عن طريقها الثقافة، ولذلك اعطى العلماء الذين تعرضوا لمشكلة تعريف الثقافة أهمية كبرى لعنصر «التعليم» أو «الاكتساب» وابعدوا عنها بالتالى كل ما هو فطرى أو موروث بيولوجيا .. ومثال ذلك ما يذكره العالم البريطانى جراهام والاس Graham Wallas من أن الثقافة هى تراكم الأفكار والقيم والأشياء، أى أنها من التراث الذى يكتسبه الناس من الأجيال السابقة عن طريق التعليم، وعلى ذلك فهى تتميز عن التراث البيولوجى الذى ينتقل إلينا آلياً عن طريق الجينات أو الموروثات. وهذا الموقف نفسه الذى ينص على «تراكمية» الثقافة واكتسابها عن طريق التعليم نجده فى الحقيقة عند كل العلماء الآخرين، فعالم الاجتماع المشهور دوريرتى E.V.de Rerty يذهب الى أن



السمات الثقافية من خارج المجتمع نفسه . ولقد حاول بعض العلماء أن يردوا ذلك التعقيد الى شئ من البساطة التي تساعد على تحليل الثقافة فميزوا بين نوعين من الثقافة هما : « الثقافة المادية والثقافة اللامادية » (١٥)، والواقع ان الاختلاف بين الانثروبولوجيين الاجتماعيين البنائين والانثروبولوجيين الثقافيين تزداد كل يوم عمقا واتساعا رغم الجهود الفردية للتقريب بين وجهتي النظر، لدرجة اننا نجد الآن في امريكا ميلا متزايدا الى الكلام ليس عن الاتجاه او المنهج الثقافي في دراسة الحياة الاجتماعية كمقابل للاتجاه أو النهج الاجتماعي البنائي، أو حتى الكلام عن الانثروبولوجيا الثقافية كمقابل للانثروبولوجيا الاجتماعية، بل الكلام عن «علم الثقافة» Culturology كمقابل لعلم الاجتماع والانثروبولوجيا الاجتماعية على السواء (١٦) .

وفي تقدير الباحثة أن هذا العلم الجديد سيكون اوثق ارتباطا بعلوم الاعلام ونظرياته، لكون الاعلام وعلم الثقافة يعنى كلاهما بالدراسة العلمية التفسيرية للظواهر الثقافية، وقد استخدم مصطلح «علم الثقافة» Kulturologiē لأول مرة الفيلسوف «فلهم اوزفالد» W.Oswald ابتداء من عام ١٩٠٩م ثم استخدمه بعد ذلك عدد كبير من الدارسين، ويفرق اوزفالد بين علم الثقافة وعلم

الثقافة هي حصيلة الفكر والمعرفة في المجالين النظري والعملي على السواء، وعلى هذا الاساس فانها تعتبر خاصة من خواص الانسان دون غيره من الكائنات، وهو قول يردده مالفينوفسكى في كثير من كتاباته (١٢) .

وتؤكد معظم تعريفات الثقافة أنها حصيلة الاختراع والابتكار الاجتماعي او انها حصيلة النشاط البشري .

٢ - والخاصية الثانية من خصائص الثقافة - كما تقدم - هي «الاستمرار» وهي خاصية نابعة بالضرورة من تصور الثقافة على انها «التراث الاجتماعي الذي يرثه اعضاء المجتمع من الاجيال السابق» على حد تعبير «لينتون» (١٤) . وهذا الخاصية من أهم الخصائص التي تتسم بها البرامج الثقافية في التلفزيون، حيث تقوم بدور الاتصال الثقافي الذي يحقق خاصية «الاستمرار» .

٣ - والخاصية الثالثة التي تتضح من كل هذه التعريفات هي ان الثقافة كُ معقد الى أبعد حدود التعقيد، نظرا لاشتمالها على عدد كبير جدا من السمات والملاح والعناصر التي حاولت بعض التعريفات ان تذكر جانباً منها كما هو الحال في تعريف «تايلور» مثلاً . ويرجع ذلك التعقيد الى حد كبير الى تراكم التراث الاجتماعي خلال عصور طويلة من الزمن، وكذلك الى استعارة كثير من

النشاط البشري في كل توجهاته نتاج ثقافي

الاجتماع، باعتبار أن الأخير شديد الاتساع، طالما أنه يركز على التفاعل الاجتماعي، ومن ثم فهو يشتمل على كافة الظواهر التي تدخل ضمن فئة اجتماعي/ثقافي. ومع ذلك يبدو أن التركيز على التفاعل الاجتماعي، قد استبعد من مجال اهتمامه ببعض الظواهر مثل الفلسفات والفنون، وبعض السمات الثقافية الأخرى مما يجعل القول بأن مصطلحي «الاجتماعي» و «الثقافي» ليسا مترادفين. وقد حدد «هوايت Whitea» مجال علم الثقافة، في ضوء التعريف الكلاسيكي الشهير الذي قدمه تايلور للثقافة .. فالثقافة من منظور هذا العالم شيء قائم بذاته Sui Generis أي أنها تمثل انتظام مجموعة من الأحداث والعناصر الرمزية كاللغة، والعادات، والمعتقدات، والادوات، ويؤكد «لوي-Low» أن دراسة الثقافة أصبحت تمثل ميدانا مستقلا، خلال المئة سنة الأخيرة، مما يجعل لها أهمية خاصة (١٧).

وهذا العلم الجديد - علم الثقافة - يكون أوثق بالاعلام من حيث دراسة الوظيفة الثقافية لوسائل الاعلام، والاتصال الثقافي، وهو الأمر الذي يتضح أكثر عند دراسة «البرامج الثقافية في التلفزيون» بخاصة، حيث نجد أن مفهوم هذه البرامج الثقافية - من حيث المضمون - يتلخص في التعريف الكلاسيكي الذي يقول إن المضمون الثقافي للبرامج التلفزيونية يشمل «المعرفة والفن والافكار، التي يكتسبها الانسان المتلقي» بحيث يمكن القول أن مفهوم البرامج الثقافية في التلفزيون ذو صلة بالمعنى الأصلي الاشتقاقي لمرادف «الثقافة» في اللغات الأوروبية Culture إذ أنه يرجع الى Cul- tura اللاتينية بمعنى فلاحه الأرض وإخصابها نفس معني الثقافة هنا أوثق كذلك بالأصل اللغوي للتثقيف في اللغة العربية، أي التسوية، أو تعليم الذوق والمهارة على اساس ان تحصل هذه التسوية او هذا التثقيف نتيجة الوعي الحر بتنمية امكانيات الذات . فالأصل في المعنيين اللغويين هو العناية بالخصب الفكري، أو تربية الوعي وتقويمه، تأسيسا على أن لازم الثقافة الضروري أن يتجاوز المواطن بها مجرد العمل الى التفكير فيه، والوعي به، للقيام به عن إرادة، أو اتخاذ موقف حياله، هو فيه مرتبط حتما بالواقع الحاضر وقيمه المختلفة وتراثه، وبمشاركته في ذلك الواقع والتراث، نشدانا للتسامي بهذا الواقع وتطويره، على حساب مايتاح له من



وتحليل، تختلف حتما باختلاف الشرائح الاجتماعية فضلا عن اختلافها على حسب العصور والأمم (٢٠).

والثقافة القومية والوطنية هي نتاج كل هذه المقومات، وهي «حتمًا وليدة توتر ذاتي وخارجي بين مجموع افراد الأمة في حاضرها العالمي، وفي مختلف مستوياتها الاجتماعية، توتر ايجابي ينتج عنه تجديد القيم، وهي بذلك ذات ناحيتين، فهي من ناحية مرآة تعكس صنوفًا من الواقع في شتى صوره، لانها مجموعة قيم ونظم وادراكات موروثة، وهذه الناحية سلبية في أصلها، ولكنها نقطة البدء، كما أنها أساس الارتباط بمعالم يتوجه بها الوعي، على حين أن الناحية الأخرى ايجابية، وهي التجاوز الدائم للواقع في سبيل التعالي به. وتبدو الثقافة ضرورة من الضرورات بالنسبة للفرد والمجتمع في جانبها الثاني من حيث أن مهمتها نقل الفرد من

قدرة، وعلى حساب مكانته في مجتمعه ووطنه، ومكانة وطنه في العالم الذي يعيش فيه (١٨).

ويعرف «كلكهون Klukhohn» الثقافة بأنها «وسائل الحياة المختلفة التي توصل اليها الانسان عبر التاريخ، السافر منها والمتضمن، العقلي واللاعقلي، التي توجد في وقت معين والتي تكون وسائل ارشاد توجه سلوك الافراد في المجتمع (١٩) وقبل ان تحاول الباحثة تعريف البرامج الثقافية، وعلاقة التلفزيون بالثقافة، يجدر ان تشير الي المفهوم الشائع للثقافة عند علماء الانثروبولوجيا الاجتماعية، وكذلك في معناها التاريخي المحض، من حيث هي مجرد مظهر واقعي لوعي الأمم او ادراكاتها للملابسات عيشها كما كانت في الماضي، كما اننا لا نقصد الثقافة بهذا المعنى الذي يعني ببيان نواحي تخلف الأمم ونموها في النواحي الاسطورية والفولكلورية والدينية، وفي عاداتها وتقاليدها، فلا يراد أبداً أن نسلك عند تعريف البرامج الثقافية مسلك علماء الأجناس البشرية، أو أن نحصر أنفسنا في مجال دراسات في صميم علم الاجتماع قد تكون جزءا من ثقافة المتخصصين ولكنها لا تندرج قطعاً فيما معنى من الثقافة في مفهومها القصود في البرامج الثقافية، وهي انها «ظاهرة تفاعل المجتمع مع واقعه تفاعلا حرا يعكس درجة شعوره بالقيم والنظم التي ورثها، ثم موقفه منها فيما يحرص على تحقيقه من قيم جديدة، ونظم ومثل، وصنوف تحريم

الاعلام عملية

تثقيفية الممتلئ

يعطيه ابجديات

التعامل الحضاري

المعرفة والفن والأفكار ، من بعض عناصر الثقافة

المشترك دون إعاقة أو اضطراب، فالمجتمع الانساني دون هذه الوسائل الحياتية المشتركة لا وجود له» (٢٣) . وهذه الوحدة الثقافية تخلق حاجات يكتسبها الفرد ثم تمده بوسائل اشباعها، فالاهتمامات الجمالية والاخلاقية والدينية تخلقها الثقافة ثم تهئ للفرد وسائل اشباعها . وبذلك تقدم نمطا معيناً للنمو لشخصية الفرد» (٢٤) ، كما ان الثقافة تزود الفرد بعدد كبير من أنواع التكيف المعدة من قبل، كما تمده بمجموعة كاملة من المشكلات التي وجدت الثقافة لها حلولاً، وهكذا تمده الثقافة بسلوك مقدر من الخبرات الماضية» (٢٥) .

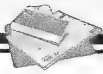
واذا كانت الثقافة - كما تقدم - هي سلوك مكتسب، فان اعتمادها على وسائل الاعلام يجعل ارتباطها بالبرامج الثقافية في التلفزيون أمراً هاماً، اذ أن هذه البرامج هي التي تقدم لافراد المجتمع هذه الانواع المختلفة من السلوك، حتى يستطيع الفرد ان يندمج في الجماعة وأن يتكيف معها .

كما ان البرامج الثقافية في التلفزيون تعد وسيلة من وسائل النقل الثقافي، وهي بذلك وسيلة تتوسل بها الثقافة في الاستمرار والانتقال، ولذلك، فإن مسؤولية التلفزيون في الوقت الحاضر تصبح مسؤولية معقدة نتيجة لتعقيد الثقافة وازديادها تعقداً وتشابكاً كبيرين، ولذلك يخصص التلفزيون في مختلف دول العالم برامج متخصصة في الثقافة، ليتسنى له ان يتجاوب مع هذا التقدم، وهنا يمكن

منطقة العمل فحسب الى منطقة التفكير في العمل حين ممارسته عن وعي حر» (٢٦) .

فاذا كان الافراد هم الذين يحملون المميزات الثقافية الأساسية وينقلونها من جيل الى جيل، فليس معنى هذا ان الثقافة هي نتاج شخصية انسانية واحدة «فالفرء الانساني لا يستطيع أن يشترك في جميع عناصر ثقافة المجتمع التي يعيش فيها . اذ انه يسهم فقط في اجزاء منها تقوم على اساس ما يحمله من مركز اجتماعي سواء كان هذا المركز الاجتماعي لا دخل له فيه كالمركز الذي يحتله الفرد بناء على الجنس او اللون او العمر، أم كان هذا المركز بناء على مجهوده الشخصي» (٢٧) .

والثقافة هامة بالنسبة للجماعة التي تعتنقها، فامتلاك المجتمع «لثقافة مشتركة يكسب اعضاء هذا المجتمع شعوراً بالوحدة، ويهيئ له المعيشة والعمل



ثانياً : الاعلانات بنوعها التجارية والاعلامية .

ثالثاً : البرامج التعليمية سواء التعليم الرسمي

الخاص بالمدارس أو التعليم غير الرسمي كبرامج الأطفال والشباب وتعليم الكبار .

رابعاً : البرامج الترفيهية وتدخل فيها برامج الموسيقى والدراما والفكاهة والمسلسلات والمسابقات والأفكار والفوايز والالعب المختلفة .

خامساً : البرامج الفنية والأدبية والعلمية، وتشمل الرقص والغناء والموسيقى والمسرح والشعر والنقد والقصص والأدب والعلم .

سادساً : البرامج الموجهة للفئات التي تمثل الأقليات الدينية واللغوية وغيرها .

سابعاً : البرامج الخاصة بالجماهير النوعية كالمرأة والطفل والشباب فضلاً عن البرامج الدينية وغيرها .

وقد طلبت منظمة اليونسكو من عدد من الدول أن تحدد كل دولة عدد الساعات والدقائق بالنسبة لكل نوع من أنواع البرامج السبعة لمدة اسبوع نمطي، على أن تحدد أيضاً مقادير البرامج المستوردة والمنتجة محلياً، ولم تطلب اليونسكو أية معلومات أخرى منعا للالتباس، وبالفعل استجابت عدة دول لهذا الطلب التي تقدمت به المنظمة الدولية فيما عدا الصين والمانيا الشرقية والمانيا الغربية والمكسيك وجنوب أفريقيا والولايات المتحدة الامريكية والاتحاد

القول ان الثقافة والاتصال بالجماهير لا يمكن فصل أحدهما عن الآخر .

ولذلك تولي منظمة اليونسكو الدولية اهتماما كبيرا بدراسة الاعلام، وسيما الاعلام الازاعي : فقد بدأت تلك المنظمة في جمع المعلومات حول أجهزة الاستقبال الازاعي منذ سنة ١٩٥٢، ثم قامت بدراسات عديدة عن أجهزة الارسال سنة ١٩٥٤ وجمعت هذه المعلومات كلها ونشرتها في الكتاب السنوي الاحصائي للأمم المتحدة سنة ١٩٦٢ .

وتوسعت اليونسكو في نطاق ابحاثها، فاخذت تهتم بالبرامج الازاعية بشتى أنواعها ومختلف انساقها، ولعل أول الدراسات البرامجية في هذا الصدد، تلك الدراسة المقارنة الشهيرة لاسبوع من برامج الراديو وأسبوع من برامج التلفزيون وهي دراسة استجابت لها ٤٣ محطة راديو، ٢٦ محطة تلفزيون، وكانت اليونسكو في ذلك الوقت ١٩٦٠ تصنف البرامج الى الانواع الآتية : الاخبار والترقيه والتثقيف والبرامج الجماهيرية والبرامج الخاصة (٢٦) .

اما الدراسات البرامجية الحديثة التي اجريت في هذا العقد من سبعينيات القرن العشرين فتقسم البرامج الى سبعة تصنيفات على النحو التالي (٢٧):
أولاً : البرامج الاخبارية كنشرة الاخبار والتعليقات وبرامج المناسبات والبرامج الخاصة والشؤون العامة والرياضية .

عدد الدول المستجيبة كان اقل من ذلك، وفقا لما سبق
بيانه .

وقد تم تسجيل أزمته البرامج على أساس
الساعة وأجزاء عن عشرة منها لكل نوع من الأنواع
السبعة، كما جمعت معلومات أخرى عن أنواع الملكية
وقسمت الى حكومية واهلية ومشتركة، وكذلك عدد
اجهزة الاستقبال «راديو وتليفزيون» لكل الف من
السكان، وعدد اجهزة الارسل بالراديو والتليفزيون
مقسمة الى محطات اساسية ومحطات فرعية .

ولكى يكسب البحث عمقا مقارنا، ادركت بيانات
عن الاستهلاك السنوي لورق الصحف بالكيلو جرام
بالنسبة للفرد، وكذلك توزيع الصحف بالنسبة لكل
الف من السكان، فضلا عن مساحة الدولة، ونصيب
كل فرد من الانتاج القومي، ومستوى التعليم، وكان
المصدر الرئيسي لهذه المعلومات جميعا الكتاب
الاحصائي لليونسكو .

اما بالنسبة لمساحة الدول وعدد سكانها
ومستويات التعليم فيها وتعداد دخلها القومي، فقد
اعتمد البحث في كل ذلك على الكتاب العالمي
للمعلومات الذي تصدره وزارة الخارجية الامريكية .
وبين الجدول التالي دراسة مقارنة بين أنواع
البرامج السبع من حيث زمن كل نوع، وكذلك مقارنة
بين هذا التوزيع الزمني بالنسبة لكل من الراديو
والتليفزيون :

• لازم الثقافة ان
يتجاوز الفرد بها
مجرد العمل كأداة ،
الى التفكير فيه
والوعى به
• الشرائع الاجتماعية
المتنوعة تمثل اضافات
جديدة فاعلة
لمركبة الثقافة
• يذهب البعض
الى ان الثقافة
سلوه مكتسب

السوفيتي، وهكذا اصبحت الدراسة منصبة اساسا
على الدول النامية فقط (٢٨) .

واسفرت الدراسة عن معلومات تقدمت بها ١٠٨
دولة بالنسبة للراديو و٧٦ دولة بالنسبة للتليفزيون .
وقد اعتمد البحث التقسيم الجغرافي الى قارات وفقا
لمصطلحات الأمم المتحدة، وخصصت خمس بطاقات
لكل دولة وارسلت البطاقات الى ١٩٣ دولة، غير ان

المنهـل (الإصدار السنوي)



متوسط الزمن		نوع البرنامج
التلفزيون	الراديو	
٧٦ - ٧٢ = ن	١٠٧ - ١٠٦ = ن	ترفيه
٣٧	٤٠	اخبار
٢٧	٢١	فنون وآداب وعلوم
٨	١٨	تعليم
١١	١٠	الجماهير النوعية
١	٢	الأقليات
٤	٤	الاعلانات

١٦٪ من مجموع برامج الراديو، ثم ارتفعت هذه النسبة في الدراسة الأخيرة من السبعينيات الى ٢١٪.

ومن المشكلات العويصة التي تواجه الدول النامية مشكلة الغزو الفكري والثقافي عن طريق البرامج المستوردة من الدول الصناعية الكبرى وهي مشكلة تثير القلق وتظفر بعناية الباحثين (٢٩).

ولكن ها الذي يجعل البرنامج الذي يقدمه التلفزيون ثقافيا ؟ ..

يقول البعض : « إن أي برنامج اذاعي يشكل في حد ذاته تجربة ولهذا فهو تعليمي بالنسبة للمستمع

وهكذا نجد أن الترفيه والتسلية بالبرامج الخفيفة تشغل مدة زمنية أطول من أي فئة أخرى، وتأتي الاخبار في المرتبة الثانية، كما نلاحظ أن التوزيع الزمني بالنسبة للراديو والتلفزيون متشابه تقريبا، اما برامج الفنون والآداب والعلوم وشئون الاقليات العنصرية وغيرها فهي ترتفع بالنسبة للراديو عنها بالنسبة للتلفزيون ارتفاعا كبيرا، في حين نجد أن البرامج التعليمية في التلفزيون تربع على نفس البرامج بالنسبة للراديو .

ومن الملاحظات الجديرة بالانتباه أن نسبة برامج الاخبار في الدراسة الاولى لليونسكو ١٩٦٠ كانت

Concepts and Defintions Papers of
the Peabody Museum of Amer-
ican Archeology and Ethnology
Vol. 47, No. I, 1952, P. I87 .

(٥) د. الطاهر لبيب، سوسيولوجية الثقافة، سلسلة
الدراسات الخاصة، رقم ١٢ (القاهرة معهد البحوث
والدراسات العربية) مرجع سابق ص ٧ .

Guy Rocher : Introduction a la (٦)
Sociologie general, TI, Point, Par-
is, 1968, PP. I04-3 .

(٧) د. عبدالعزيز شرف، طه حسين وزوال المجتمع
التقليدي (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب) ،
١٩٧٨ ، ص ١٩٤ .

(٨) د. الطاهر لبيب : مرجع سابق، ص ١٤ .
(٩) I-George Balandier : So-
ciologie, Ethnologie et Eth-
nographie "Traite de Sociologie"
de Gurvitch,
ti, P. IL. F. Paris, 1962, P. 7 .

Edward Sapir : Anthropologie, (١٠)
Minuit, Col. "Points", Paris. 1967,
P. 75 .

Claude Levi - S Strauss : An- (١١)

او المشاهد»، بينما يقول البعض الآخر : «البرنامج
يصبح تعليميا فقط حينما تقدمه مؤسسة تعليمية»
(٣٠) .

واذا كان هذا هو شأن البرامج التعليمية، فإن
البرامج الثقافية يمكن ان تكون كذلك في التلفزيون،
حينما :

- ١ - تضيف الى ما يعرفه الجمهور معلومات هامة
يمكن استخدامها في الأغراض الاجتماعية .
- ٢ - تكسب افراد الجمهور مهارات جديدة .
- ٣ - توسع نطاق التجربة الثقافية للجمهور وتزيد
من قدرته على التذوق والتعبير الفني .

الهوامش :

(١) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، حلقة
التكامل بين اجهزة الثقافة واجهزة التعليم (القاهرة
١٩٧٩) ص ٢٧٩ .

(٢) د. الطاهر لبيب، سوسيولوجية الثقافة، سلسلة
الدراسات الخاصة، رقم ١٢ (القاهرة - معهد
البحوث والدراسات العربية، ١٩٧٨) ص ٦ .

(٣) Philippe Beneton : Culture
Contribution a 1' histoire d'un
mot. these (reneo) ; Paris 1973' P.
6 .

(٤) Culture : A Critical Review of (٤)



C.Kluckhohn & W.Kelly, (١٩) "The Concept of Culture", in R. Linton (ed) : The Science of man in World Crisis (N.Y. Columbia Univ. Press, 1945) P.97 .

(٢٠) د. محمد غنيمي هلال : مرجع سابق ، ص ١١٨ .

(٢١) نفس المرجع السابق ، ص ١١٩ .
(٢٢) د. محمد لبيب النجيجي : الاسس الاجتماعية للتربية (القاهرة - مكتبة الانجل المصرية ١٩٧١) ، ص ١٩٤ .

(٢٣) نفس المرجع السابق ، ص ١٩٧ .

(٢٤) نفس المرجع السابق ، ص ١٩٨ .

J.L. Gilin. & J.P. Gillin : Cultural Sociology, (N.Y. Macmillan Co, 1948) P.150 .

(٢٦) د. ابراهيم امام «الاتجاهات الترفيهية للبرامج الاذاعية والتلفزيونية - مجلة الفن الاذاعي» العدد ٨٥ السنة ٢٣ سبتمبر ١٩٧٩ ، ص ٢٠ .

(٢٧) نفس المرجع السابق ، ص ٢١ .

(٢٨) د. ابراهيم امام المرجع السابق ، ص ٢١ .

(٢٩) نفس المرجع السابق ، ص ٢٢ .

(٣٠) د. جيهان رشيق : الاسس العلمية لنظريات الاعلام (القاهرة ، دار الفكر العربي، ١٩٧٥) .

thropologie Structurale, Plon, Paris, 1958, P.169 .

(١٢) د. احمد ابو زيد، البناء الاجتماعي، ج ١، ط ٨، (القاهرة - الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٢) ص ١٧٩ .

S., Koenig, Sociology, An Introduction to Science of Society, Branes & Noble, N.Y. 1960, PP42-3 .

Bronislaw Malinoweski, Une theorie Scientifique de la Culture, Maspero, cot. "Point", Paris, 1968, P.38 .

Linton, The Culture Background of Personality, N.Y. 1945, P.21 .

(١٥) د. احمد ابو زيد : مرجع سابق، ص ١٨٤ .

(١٦) نفس المرجع السابق، ص ١٧٧ .

D. Bidney : Theoretical Anthropology : N.Y. Columbia University Press, 1953, PP. 96-106 .

(١٨) د. محمد غنيمي هلال : قضايا معاصرة في الادب والنقد (القاهرة، دار نهضة مصر) بدون تاريخ ص ١٨ .

كامري

تفاصيل تؤكد الريادة



مشغف الريادة

مجموعة عبد اللطيف جميل  تويوتا 

مجلدات المنهل

المجموعة الكاملة ١٣٥٥ - ١٤١٦ هجرية

(٧٢) مجلدا فاخرا متوفرة في الالوان " الازرق - البني - والانسود "
للاستفسار الإتصال بإدارة العلاقات العامة بالمجلة ت : ٦٤٣٢١٢٤

لجبي النخلة المقتني المجموعة



يتمدد حتى نهاية هذا العام

>٨

السادة دارة المنهل للصحافة والنشر المحدودة

بعد اطلاعي على شروط الاشتراك السنوي في مجلتيك (المنهل) والعرض الخاص
(أرغب في الآتي

اشتراك سنوي (١٥٠) ريالاً ☐

(٣) سنوات (٤٠٠) ريالاً مع الإصدارات ☐

(٥) سنوات (٥٥٠) ريالاً وكتاب شذرات الذهب ☐

وارفق لكم طيه قيمة الاشتراك حسب ما هو موضح بالقسيمة.

(أ) شيك ☐ (ب) حوالة بنكية ☐

مبلغ رقم بتاريخ

تفنون الشيكات أو التحويلات
باسم (مجلة المنهل)
فضلاً

الاسم:	العنوان:
القطر:	المنطقة:
البلد:	الشارع:
رقم:	ص.ب.:
تليفون:	رمز بريدي:
	تلكس:

حاله من حاله

مجلة العرب الادبية



BIBLIOTHECA ALEXANDRINA
مكتبة الاسكندرية

تصدر عن داره المنهل للصحافه والنشر المحدوده

المركز الرئيسي : جده رمز بريدي ٢١٤٦١ ص.ب ٢٩٢٥ ت : ٦٤٣٢١٢٤ فاكس : ٦٤٢٨٨٥٣



الإشتراك السنوي

مبلغ (١٥٠ ريالاً)

للإشتراك السنوي للأفراد تشمل الاعداد الشهرية .
بالاضافة الى العدد السنوي (الخاص) .

مبلغ (٤٠٠ ريالاً)

للإشتراك لمدة (٢) سنوات تشمل الاعداد الشهرية .
بالاضافة الى العدد السنوي (الخاص) ، وكذلك كتاب شذرات الذهب ،
وبيوان الانصاريات ، ورواية (التوامان) .

مبلغ (٥٥٠ ريالاً)

للإشتراك لمدة (٥) سنوات تشمل الاعداد الشهرية .
بالاضافة الى العدد السنوي (الخاص) ، وكذلك كتاب شذرات الذهب .

شاملة
رسوم البريد



أرامكو السعودية
Saudi Aramco

مسابقة أرامكو السعودية
السنوية الرابعة والمشارون
لرسوم الأطفال



کفر علی بن ابی طالب

ويخبر معهد الإعلام عن مسابقة أرامكو السعودية السنوية الرابعة والعشرين في رسوم الأطفال في الوقت الذي نسعد فيه جميعاً بفتح باب قبول الكوثر الكثرين لتوازي تطلعات المبرمجين الشباب لهذا الفن، في حين أن صورهم حطت على عقابيه الحكيم، وشرف أرامكو السعودية وسعدنا أن نتيج الفرصة للأطفال في الملكية للشخصيات من خلال مواهبهم التعليمية. في مشاريعهم وأعمالهم يوازيهم في هذه المناسبة العزيزة بلغة من موضوعات المسابقة لهذا العام سيكون.

"مهدي قادم الحرمين الشريفين:
إنجازات ومطاء، ووفا، في المملكة
وفي شتّى أرباب العالم"

كما يستعد أرامكو السعودية أن تعلن أنها اختارت بهذه الشركة العالمية لإدارة عدد الجوائز الخمسة للفنون في هذه المسابقة
والشعوى موجهة إلى جميع الأطفال في المملكة للمشاركة في هذه المسابقة ضمن
الاحتفاء بالثروة مع مثقلي المجتمع بالتوفيق

بجانب ملء هاتين القسيتين أو صورتيهما وتثبيت أحدهما على
الخبر الاسم الشخصي مع باقي الأجزاء منفصلة عن الجسم.

bioRxiv preprint doi: <https://doi.org/10.1101/2018.04.11.243844>; this version posted April 11, 2018. The copyright holder for this preprint (which was not certified by peer review) is the author/funder, who has granted bioRxiv a license to display the preprint in perpetuity. It is made available under aCC-BY-NC-ND 4.0 International license.

ملاحظة هامة: يرجى من جميع الأطفال الراشدين في المشاركة في المسابقة، ومن أهلكهم، ومن وسبهم، أن يأتوا من الأصغر برفقة، ولا يسمحوا بحد، لا تسلبهم وممتلكاتهم الخلقية للبريد المسابقة.

[illegible][illegible]

مع أمنياتنا للجميع بالتوفيق.

يمكن توجيه الاستفسارات عن المشاركة الى إدارة العلاقات العامة
على الهاتف: ٢٠٢-٨٧٧٩٢٠٢ - ٨٧٧٩٩٩٢

[illegible]

لأول مرة في المملكة جوال الأهلي المصرفي يتيح لك التحكم بحسابك عبر جوالك



الآن ولأول مرة في المملكة، يمكنك إجراء معاملتك البنكية بكل يسر وسهولة عبر جوال الأهلي المصرفي، فحينما كنت وحينما تشاء يمكنك أن تراجع حساباتك البنكية والاستفسار من رصيدك وإجراء التحويلات من حساب إلى آخر، أو إذا شئت، سداد فواتير الهاتف وبطاقات الائتمان أو مراجعة آخر العمليات التي أجريتها في حساب الإستثمار دون حاجة إلى الذهاب للبنك.

مع جوال الأهلي المصرفي، تتحكم بعملياتك البنكية وتكسر حواجز الزمان والمكان وتريح يالك، فمصرفك في جوالك.

كل ما تحتاجه هو هاتف جوال فيه خاصية "الواب" (WAP) لنقل البيانات، وملعباً حساب في البنك الأهلي التجاري.

اشترك اليوم بهذه الخدمة المبتكرة عبر موقعنا www.alahli.com أو لدى أقرب فرع لديك.

لمزيد من المعلومات فضلاً اتصل على الرقم المجاني

٨٠٠ ٢٤٤ ١٠٠٥

البنك الأهلي التجاري
THE NATIONAL COMMERCIAL BANK

